



Universidade de Brasília - UnB
Faculdade de Ciência da Informação- FCI
Graduação em Biblioteconomia

DANIELLE HORTÊNCIA TRINDADE BANDEIRA

CRITÉRIOS PARA IDENTIFICAR A DESINFORMAÇÃO NAS MÍDIAS DIGITAIS:
uma abordagem sobre o feminicídio e violência contra a mulher

Orientadora: Professora Dr^a Simone Bastos Vieira

Brasília, DF

2019

DANIELLE HORTÊNCIA TRINDADE BANDEIRA

CRITÉRIOS PARA IDENTIFICAR A DESINFORMAÇÃO NAS MÍDIAS DIGITAIS:
uma abordagem sobre o feminicídio e violência contra a mulher

Monografia de graduação apresentada ao curso
de Biblioteconomia, da Faculdade de Ciência
da Informação, da Universidade de Brasília,
como requisito à obtenção do grau de bacharel
em Biblioteconomia

Orientadora: Professora Dr^a Simone Bastos Vieira

Brasília, DF

2019

B214c

Bandeira, Danielle Hortência Trindade Bandeira.

Critérios para identificar a desinformação nas mídias digitais: uma abordagem sobre o feminicídio e violência contra a mulher/ Danielle Hortência Trindade Bandeira. Brasília, 2019. 137f. : il.

Orientadora: Professora Dr^a Simone Bastos Vieira

Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia) – Universidade de Brasília, Faculdade de Ciência da Informação, Curso de Biblioteconomia, 2019.

1. Desinformação. 2. Critérios de avaliação. 3. Qualidade da informação. 4. Análise da informação. 5. Jornal digital. 6. Rede social. 7. Facebook.

I. Título



Título: “Critérios para identificar a desinformação nas mídias digitais: uma abordagem sobre o feminicídio e violência contra a mulher”.

Aluna: Danielle Hortência Trindade Bandeira

Monografia apresentada à Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Brasília, 08 de agosto de 2019.

Simone Bastos Vieira - Orientadora
Professora da Faculdade de Ciência da Informação (FCI/UnB)
Doutora em Ciência da Informação

Dulce Maria Baptista – Membro externo
Pesquisadora em Ciência da Informação
Doutora em Ciência da Informação

Cristina Castro Lucas de Souza - Membro externo
Coordenadora da Pós-graduação do Curso de Biotecnologia
Professora da Universidade de Brasília
Doutora em Ciência da Gestão

Fernanda de Souza Monteiro - Membro
Professora da Faculdade de Ciência da Informação (FCI/UnB)
Doutora em Ciência da Informação

Dedico este trabalho a minha mãe, ao meu irmão, a
minha família e aos meus amigos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por me dá forças para superar todos os obstáculos encontrados no caminho dessa jornada.

Agradeço à minha mãe Claudete e ao meu irmão Guilherme pelo amor, carinho, apoio e compreensão nos momentos dedicados à realização deste trabalho.

Agradeço à minha Orientadora Simone Bastos, por aceitar me orientar, por perceber a importância da discussão deste tema, pela preocupação diária em saber se tudo está correndo bem, pelas indicações de palestras, pelas inúmeras sugestões para a composição do trabalho e por me acalmar quando eu pensava que não ia conseguir, sem o seu apoio eu não conseguiria realizar este trabalho.

Agradeço aos meus queridos amigos, que estão juntos comigo desde o primeiro semestre. Andreza, obrigada por ser minha primeira amiga da faculdade, por sempre compartilhar suas histórias e por estar literalmente do meu lado dividindo a orientadora, as dúvidas e lamentações. Camila, obrigada por ser um exemplo de persistência e superação, ícone que se formou antes de todos, a verdadeira fênix do bonde. Matheus, obrigada por sua autenticidade, sinceridade, pelos conselhos e companhia de sempre. Nathalia, obrigada por ser a pessoa mais carinhosa e gentil e por nos salvar nos trabalhos que ninguém entendia.

Gostaria de agradecer também aos meu amigos do estágio, o que a Biblioteconomia e o TCDF uniu, ninguém separa. Jess, obrigada por sempre me incentivar e pegar no meu pé pra começar logo o TCC, por sempre me perguntar como estava o andamento do trabalho, por me enviar textos e por ser a pessoa mais corajosa que conheço. Lorena, obrigada pelas conversas, pelo seu alto-astral que contagia e pelos closes. Vocês dois foram os meus maiores presentes do estágio.

Por último e não menos importante, gostaria de agradecer ao pessoal da FCI, a todos os professores que contribuíram para minha formação, a todos os funcionários, principalmente o Reginaldo, que sempre me ajudou quando eu precisava de alguma coisa.

"Todos os seus sonhos podem se tornar realidade se você tiver coragem para persegui-los"

Walt Disney

RESUMO

Aborda a importância das fontes de informação, levanta critérios de qualidade da informação na Internet, discute a desinformação e seus efeitos negativos causados, demonstra o papel do bibliotecário no combate à desinformação e alternativas para evitar esse problema. Objetivo: Apresentar e aplicar critérios de qualidade informacional para identificar a desinformação nas publicações sobre feminicídio e violência contra a mulher do jornal digital *Metrópoles* no Facebook. Método: Pesquisa de abordagem qualitativa, do tipo exploratória e de natureza aplicada. Coleta de dados (trinta e nove postagens) do período de 1º de maio a 14 de junho de 2019 da página do jornal digital *Metrópoles*, presente na rede social Facebook. Análise de vinte e cinco postagens do jornal de acordo com os sete critérios de qualidade da informação, sendo eles: a imparcialidade da manchete e do comentário que a acompanha, a confiabilidade do link, a consistência, coerência e conveniência do jornal e se os comentários dos leitores eram desprovidos de informação. Resultados: Verificou-se que a maioria das postagens do jornal (dezoito ocorrências) eram verdadeiras e estavam de acordo com os critérios estabelecidos e sete postagens apresentaram controvérsias, entre elas, uma foi considerada sem contexto, uma discutível, uma exagerada, duas subestimadas e duas falsas. Apenas em sete de vinte e cinco postagens os comentários dos leitores estavam isentos de desinformação. O estudo comprova a necessidade do uso de critérios de qualidade informacional na análise de informação na internet, principalmente nas redes sociais e nos jornais digitais. Com o uso dos critérios, qualquer pessoa será capaz de evitar a desinformação.

Palavras-chave: Desinformação. Critérios de avaliação. Qualidade da informação. Análise da informação. Jornal digital. Rede social. Facebook.

ABSTRACT

It addresses the importance of information sources, raises information quality criteria on the Internet, discusses misinformation and its negative effects, demonstrates the role of the librarian in combating misinformation and alternatives to avoid this problem. Objective: To present and apply informational quality criteria to identify misinformation in the feminicide and violence against women publications of the digital newspaper Metr  poles on Facebook. Method: Qualitative research, exploratory approach and applied nature. Collection of data (thirty-nine posts) from the period of May 1st to June 14, 2019 from the page of the digital newspaper Metr  poles, present on the social network Facebook. Analysis of twenty-five newspaper posts according to the seven information quality criteria, namely: headline and accompanying comment impartiality, link reliability, journal consistency, consistency and convenience, and whether comments of the readers were devoid of information. Results: It was found that most of the newspaper's posts (eighteen occurrences) were true and were in accordance with the established criteria and seven posts presented controversies, among them, one was considered without context, one debatable, one exaggerated, two underestimated and two fake ones. Only in seven of twenty-five posts were readers' comments free of misinformation. The study proves the need to use informational quality criteria in the analysis of information on the Internet, especially in social networks and digital newspapers. By using the criteria, anyone will be able to avoid misinformation.

Keywords: Misinformation. Rating criteria. Quality of the information. Analysis of the information. Digital newspaper. Social network. Facebook.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Canais de influência na escolha do candidato à presidência em 2018.....	35
Gráfico 2: Quantidade de curtidas nas páginas dos jornais no Facebook.....	63
Gráfico 3: Quantidade de postagens em cada critério.....	102
Gráfico 4: Quantidade de selos nas postagens analisadas.....	103

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Reações do Facebook.....	37
Figura 2: Infográfico da IFLA de como identificar notícias falsas na versão em português....	51
Figura 3: Selos da Agência Pública para classificar as informações checadas	55
Figura 4: Selos da Agência Lupa para classificar as informações checadas.....	56
Figura 5: Interface no site Metrôpoles.....	64
Figura 6: Página do Facebook do Metrôpoles.....	64
Figura 7: Cronômetro da violência contra as mulheres no Brasil.....	66
Figura 8: Postagem 1.....	70
Figura 9: Postagem 2.....	71
Figura 10: Postagem 3.....	73
Figura 11: Postagem 4.....	74
Figura 12: Postagem 5.....	75
Figura 13: Postagem 6.....	76
Figura 14: Postagem 7.....	78

Figura 15: Postagem 8.....	79
Figura 16: Postagem 9.....	80
Figura 17: Postagem 10.....	82
Figura 18: Postagem 11.....	83
Figura 19: Postagem 12.....	85
Figura 20: Postagem 13.....	86
Figura 21: Postagem 14.....	87
Figura 22: Postagem 15.....	88
Figura 23: Postagem 16.....	90
Figura 24: Postagem 17.....	91
Figura 25: Postagem 18.....	92
Figura 26: Postagem 19.....	93
Figura 27: Postagem 20.....	94
Figura 28: Postagem 21.....	95
Figura 29: Postagem 22.....	97
Figura 30: Postagem 23.....	98
Figura 31: Postagem 24.....	99
Figura 32: Postagem 25.....	100
Figura 33: Comentários da postagem 1.....	117
Figura 34: Comentários da postagem 2.....	118
Figura 35: Comentários da postagem 3.....	118

Figura 36: Comentários da postagem 4.....	119
Figura 37: Comentários da postagem 5.....	120
Figura 38: Comentários da postagem 6.....	120
Figura 39: Comentários da postagem 7.....	121
Figura 40: Comentários da postagem 8.....	122
Figura 41: Comentários da postagem 9.....	122
Figura 42: Comentários da postagem 10.....	123
Figura 43: Comentários da postagem 11.....	124
Figura 44: Comentários da postagem 12.....	124
Figura 45: Comentários da postagem 13.....	125
Figura 46: Comentários da postagem 15.....	126
Figura 47: Comentários da postagem 16.....	127
Figura 48: Comentários da postagem 17.....	127
Figura 49: Comentários da postagem 18.....	128
Figura 50: Comentários da postagem 19.....	129
Figura 51: Comentários da postagem 20.....	129
Figura 52: Comentários da postagem 21.....	130
Figura 53: Comentários da postagem 22.....	130
Figura 54: Comentários da postagem 23.....	131
Figura 55: Comentários da postagem 24.....	131
Figura 56: Comentários da postagem 25.....	132

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Características para avaliação da qualidade da informação na visão de vários autores.....	28
Quadro 2: Jornais digitais de Brasília.....	59
Quadro 3: Critérios para análise das postagens.....	67
Quadro 4: Critérios e o selo da postagem.....	133

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACNUDH-Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos

ANPTrilhos- Associação Nacional dos Transportadores de Passageiros sobre Trilhos

BRB- Banco de Brasília

CIDH- Comissão Interamericana de Direitos Humanos

CNI- Confederação Nacional da Indústria

CNT- Confederação Nacional dos Transportes

DP- Delegacia de Polícia

DF- Distrito Federal

FESP- Faculdade de Educação Superior do Paraná

BBC- British Broadcasting Corporation (Corporação Britânica de Radiodifusão)

IBOPE- Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

IFLA- International Federation of Library Associations (Federação Internacional das Associações e Instituições Bibliotecárias)

LGBT- Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros.

MPT- Ministério Público do Trabalho

ONU- Organização das Nações Unidas

RJ- Rio de Janeiro

SP- São Paulo

SSP- Secretaria da Segurança Pública

TICS- Tecnologias de Informação e Comunicação

TJDFT- Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios

UNESCO- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UOL- Universo Online

URL- Uniform Resource Locator (Endereço eletrônico)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	17
2. OBJETIVOS	18
2.1 Geral	18
2.2 Específicos	18
3. JUSTIFICATIVA	19
4. REVISÃO DE LITERATURA	20
4.1 Fontes de informação	21
4.1.1 Fontes de informação na Internet e a web 2.0	23
4.1.2 Critérios de qualidade para avaliar fontes de informação na Internet	25
4.2 Jornalismo digital	31
4.3 Rede sociais	33
4.3.1 Facebook como fonte de informação	36
4.3.2 Práticas sociais nas redes	38
4.4 Notícias falsas (Fake news)	39
4.4.1 Conceito e histórico	39
4.4.2 O potencial destrutivo das notícias falsas	40
4.4.3 Pós-verdade	42
4.5 Desinformação	43
4.5.1 Desinformação no jornalismo	45
4.5.2 Desinformação nas redes sociais	46
4.6 O papel do bibliotecário no apoio contra a desinformação	48
4.6.1 Alfabetização digital	52
4.7 Checagem de fatos	54
5. METODOLOGIA	56
5.1 Delineamento da pesquisa	57
5.1.1 Definição do tipo de pesquisa quanto aos objetivos	57
5.1.2 Definição do tipo de pesquisa quanto à abordagem	57
5.1.3 Definição do tipo de pesquisa quanto à natureza	58
5.1.4 Definição do tipo de pesquisa quanto aos procedimentos técnicos	58
5.2 Definição da população/amostra	59

6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	65
6.1 Escolha do tema analisado	65
6.2 Técnicas e procedimentos de coleta.....	66
6.3 Técnicas e procedimentos de análise	67
7. ANÁLISE DAS POSTAGENS	70
8. RESULTADOS DAS ANÁLISES	102
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	104
REFERÊNCIAS	108
ANEXO A- Link das reportagens e comentários dos leitores	117
ANEXO B- Critérios e o selo da postagem.....	133

1. INTRODUÇÃO

As pessoas estão sempre em busca de novas informações e é importante ter uma fonte informacional confiável para que a recuperação e a veracidade sejam eficazes. Uma fonte de informação é “qualquer recurso que responda a uma demanda de informação por parte dos usuários, incluindo produtos e serviços de informação, pessoas ou rede de pessoas, programas de computador, etc” (BIREME, 2001, p. 7).

Com o desenvolvimento das tecnologias eletrônicas de comunicação, especialmente da Internet, a questão da explosão informacional tornou-se ainda mais complexa. Novos formatos e canais de comunicação se tornaram disponíveis, expandindo de maneira nunca vista as possibilidades da comunicação. Os jornais digitais e as redes sociais são dois dos canais de comunicação mais populares na Internet (MUELLER, 2000).

A Web 2.0 provocou uma mudança na estrutura da internet: de uma rede estática do modelo tradicional para uma Web dinâmica, social e de conversação (AMARAL, 2012). A partir dessa dinâmica, novas práticas sociais surgiram e promoveram novas formas de interação. A Web 2.0 possibilita a publicação fácil, a partilha social e a classificação dos conteúdos, nesse cenário, além de produtores, as pessoas passam a ser colaboradoras e criadoras de novas informações.

Em uma plataforma colaborativa, onde qualquer pessoa pode publicar o que quiser, é necessário ter atenção e saber selecionar a informação disponível para que ela seja confiável. De acordo com Tomaél et al. (2004), é importante avaliar a informação disponível na internet para medir a qualidade do conteúdo encontrado para, assim, evitar a desinformação.

A desinformação sempre vai utilizar técnicas de comunicação e informação para induzir a erro ou dar uma falsa imagem da realidade, mediante a supressão ou ocultação de informações, minimização da sua importância ou modificação do seu sentido. O principal objetivo é influenciar a opinião pública de maneira a proteger os interesses de alguns.

O uso de critérios de controle de qualidade informacional na internet é essencial para evitar a desinformação. A partir de critérios como consistência, confiabilidade e a coerência das informações, será possível filtrar um conteúdo de qualidade. Com o pensamento crítico necessário para filtrar e selecionar as informações a partir dos critérios, as pessoas terão uma

experiência informacional com mais veracidade, principalmente nos dias atuais, onde as redes sociais e os jornais digitais são duas das principais fontes de informação acessadas.

O bibliotecário entra neste cenário como um educador que vai estimular a existência de tipos de processos de aprendizado social capazes de criar incentivos para que as pessoas não confiem cegamente em tudo o que aparece nas mídias sociais e adotem uma atitude com maior cautela e prudência na checagem de fatos, de modo a evitar a disseminação de desinformação.

Esta pesquisa propicia uma visão sobre fontes de informação; fontes de informação na internet; critérios de qualidade de fontes de informação na Internet; jornalismo digital, redes sociais e suas práticas; o Facebook como fonte de informação; o problema das notícias falsas, pós-verdade e desinformação e alternativas de combate ao referido problema.

A abordagem desta pesquisa é qualitativa, do tipo exploratória e de natureza aplicada. Foi feita uma análise de 25 postagens do jornal de Metrôpoles de acordo com os 7 critérios de qualidade da informação, sendo eles: a imparcialidade da manchete e do comentário que a acompanha, a confiabilidade do link, a consistência, coerência e conveniência do jornal e se os comentários dos leitores possuíam desinformação. Com base nestes critérios, as 25 postagens no Facebook do jornal Metrôpoles e suas respectivas reportagens sobre feminicídio e violência contra a mulher foram analisadas.

2. OBJETIVOS

2.1 Geral

Aplicar critérios de qualidade informacional para identificar a desinformação nas publicações sobre feminicídio e violência contra a mulher do jornal digital Metrôpoles no Facebook.

2.2 Específicos

- 1- Descrever os tipos de fontes de informação, tradicionais e da internet;
- 2- Apresentar o jornalismo digital e as redes sociais como fonte de informação na sociedade da informação;
- 3- Levantar critérios de qualidade de informação para a identificação de notícias falsas e desinformação no jornalismo digital e nas redes sociais;
- 4- Destacar o papel do bibliotecário no apoio contra a desinformação;

- 5- Analisar postagens do jornal digital Metr  poles no Facebook e suas respectivas reportagens através da aplica  o dos critérios de qualidade.

3. JUSTIFICATIVA

O interesse pela temática em questão surgiu da preocupa  o do uso das redes sociais na propaga  o de notícias falsas, fraudulentas que geram desinforma  o. A sociedade da informa  o está cada vez mais conectada às tecnologias, antes as pessoas eram apenas espectadoras, agora se tornaram produtoras de informa  o.

Os participantes das redes sociais unindo ideias e compartilhando informa  es, atrelado a rapidez da propaga  o alterou o cenário informacional. Nesse cenário, aumentou a facilidade de divulga  o de informa  o falsa sem a verifica  o da fonte.

A desinforma  o    uma preocupa  o mundial, a tipifica  o do crime de divulga  o de notícias falsas tornou-se um Projeto de Lei do Senado n   473¹, de 2017, do Senador Ciro Nogueira. A ementa estabelece deten  o, de seis meses a dois anos, e multa, para quem divulga notícia que sabe ser falsa e que possa distorcer, alterar ou corromper a verdade sobre informa  es relacionadas    saúde,    segurança pública,    economia nacional, ao processo eleitoral ou que afetem interesse público relevante.

A preocupa  o mundial com a desinforma  o    tamanha que acabou mobilizando a discussão de formas de tratamento de notícias falsas no fórum Organiza  o das Na  es Unidas (ONU, 2017). O encontro debateu caminhos para levar aos cidadãos as habilidades e ferramentas necessárias para avaliar a credibilidade de qualquer conteúdo da média ou de uma fonte de notícias.

No mesmo fórum, a Organiza  o das Na  es Unidas para a Educa  o, a Ciência e a Cultura (UNESCO) apresentou alguns pareceres sobre o tema notícias falsas para membros do Parlamento Europeu para conter o crescente problema e seus impactos. Destacando a gravidade da desinforma  o e o descrédito deliberado da m  dia profissional, o diretor de Liberdade de Expressão e Desenvolvimento da Média da UNESCO, Guy Berger, solicitou mais investiga  es e processos quando fornecedores de notícias falsas estiverem envolvidos em fraude, como o uso indevido de nomes de marcas de fornecedores de notícias reputados. A

¹ Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/131758>>.

desinformação também apareceu no Relatório Global de Riscos do Fórum Econômico Mundial² (2013) intitulado “Incêndios Digitais em um Mundo Hiperconectado”.

De acordo com Macedo Júnior (2018), alguns tipos de processos de aprendizado social capaz de criar incentivos para que as pessoas não confiem em tudo o que aparece nas redes sociais e adotem uma atitude com maior cautela e prudência na checagem de fatos são importantes para evitar a disseminação de desinformação.

Pensando em incentivar estes processos de aprendizado, a Federação Internacional das Associações e Instituições Bibliotecárias (IFLA) sempre publica dicas para ajudar as pessoas a identificarem notícias falsas. A biblioteca é como um espaço de confiança da comunidade em relação às notícias falsas, pois é considerado um espaço livre dessas notícias e que, por sua vez, é gerido por um profissional da informação, o bibliotecário. É essencial o auxílio dos bibliotecários para a alfabetização informacional a fim de ajudar as pessoas que estejam fora de um ambiente educacional e os migrantes digitais. Torna-se necessário planejar programas de formação informacional para o exercício da cidadania com o objetivo de ajudar as pessoas a identificar a desinformação que chegam por distintos meios e a desenvolver o pensamento crítico (BIBLIOO, 2018).

4. REVISÃO DE LITERATURA

O objetivo da revisão de literatura é elaborar a contextualização da pesquisa e seu embasamento teórico. A pesquisa pode ser realizada a partir do levantamento das fontes teóricas como relatórios de pesquisa, livros, artigos científicos, monografias, dissertações e teses, assim, é possível identificar o “estado da arte” ou o alcance dessas fontes (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A procura de fontes, documentais ou bibliográficas, torna-se imprescindível para a não-duplicação de esforços. A citação das principais conclusões a que outros autores chegaram permite salientar a contribuição da pesquisa realizada, demonstrar contradições ou reafirmar comportamentos e atitudes (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Segundo Silva et al. (2004, p.101), “no referencial teórico deve constar a base científica para o desenvolvimento do trabalho de pesquisa. Devem ser extraídas citações diretas e indiretas de outros pesquisadores que abordaram o problema a ser investigado”. De acordo com os autores, essa etapa do projeto de pesquisa é fundamental para o pesquisador

² Tradução do inglês: “The Global Risks Report” e “World Economic Forum”.

construir uma linha de raciocínio consubstanciada no conhecimento de outros autores. Desse modo, ao concluir a pesquisa, poderá haver uma contribuição para o desenvolvimento do tema.

A partir da revisão de literatura é possível fundamentar, dar consistência a todo o estudo e nortear a pesquisa, reunindo o conhecimento suficiente e a tradições teóricas que apoiam e cercam o estudo. A revisão de literatura desta pesquisa propicia uma visão sobre fontes de informação; fontes de informação na Internet; critérios de qualidade de fontes de informação na Internet; jornalismo digital, redes sociais e suas práticas; o Facebook como fonte de informação; o problema das notícias falsas, pós-verdade e desinformação e alternativas de combate ao referido problema.

4.1 Fontes de informação

Devido a intensa e veloz modificação da informação, algumas vezes o usuário vai encontrar dificuldades na seleção e recuperação. Neste cenário, as fontes de informação surgem como uma ferramenta fundamental que auxilia na recuperação de informações (BAGIO; COSTA; BLATTMANN, 2016).

As fontes de informação podem ser classificadas como primárias, secundárias ou terciárias. As fontes primárias “são geralmente produzidos com a interferência direta do autor da pesquisa” (MULLER, 2000, p. 31). São os relatórios técnicos, os trabalhos apresentados em congressos, as teses, as dissertações, as normas técnicas e os artigos científicos.

As fontes de informação secundárias “apresentam a informação filtrada e organizada de acordo com um arranjo definido, dependendo de sua finalidade” (MULLER, 2000, p. 31). São as enciclopédias, os dicionários, os manuais, as tabelas, as revisões de literatura, os tratados, monografias e outros. Já as fontes terciárias “têm função de guiar o usuário para as fontes primárias ou secundárias” (MULLER, 2000, p. 31). São as bibliografias, serviços de indexação, catálogos, guias de literatura e outros.

Para Pacheco e Valentim (2010), cada tipo de fonte de informação tem uma função diferente, ou seja, nas fontes primárias temos o contato direto com a obra do autor; as fontes secundárias têm a informações filtradas e facilitam o uso do conhecimento das fontes primárias; e as fontes terciárias possibilitam que as fontes primárias e secundárias sejam encontradas.

Dessa forma, de acordo com Rodrigues e Blattmann (2014, p.10), as fontes de informação podem ser definidas como “tudo o que gera ou veicula informação”. As fontes são

os meios que preenchem uma lacuna informacional por parte de quem necessita, seja produtos e serviços de informação, pessoas ou rede de pessoas, programas de computador, meios digitais, sites e portais (RODRIGUES; BLATTMANN, 2014).

O aumento da produção de informações científicas e tecnológicas ampliou os suportes, impressos e eletrônicos, das fontes de informações, assim, está disponível em diversos formatos, como: textos, gráficos, dados espectrais, dados numéricos e outros (NOVELLI; HOFFMANN; GRACIOSO, 2014).

Com diversos suportes e formatos, os usuários precisam desenvolver habilidades para filtrar a informação necessária, sendo capaz de identificar, localizar e utilizar as fontes apropriadas às suas necessidades informacionais. Nesse contexto, é extremamente importante o papel do bibliotecário como mediador da informação, sendo capaz de criar ferramentas e proporcionar orientação para desenvolver a autonomia e o estímulo de competências do usuário (NOVELLI; HOFFMANN; GRACIOSO, 2014).

A Biblioteconomia, de acordo com Saracevic (1996, p.48), “tem uma longa e orgulhosa história, remontando a três mil anos, devotada à organização, à preservação e ao uso dos registros gráficos humanos”. Conforme o autor, as atividades realizadas pelas bibliotecas são como uma instituição informacional, social, cultural e educacional indispensável.

As práticas profissionais presentes nas bibliotecas contemplam perspectivas em relação à organização e ao tratamento da informação, fontes, recursos e serviços de informação. Algumas funções profissionais que podem ser destacadas são o desenvolvimento de coleções ou seleção dos materiais, classificação, catalogação, referência, pesquisa em sistemas de recuperação da informação, planejamento estratégico, estudo do usuário e educação do usuário (DIAS, 2000).

As bibliotecas buscam disponibilizar o acesso para as melhores fontes de informação através da organização de acervos e estudos de representação da informação. A partir do estudo de usuários, o bibliotecário será capaz de identificar o perfil do usuário e suprir suas necessidades. Esse estudo é importante para possibilitar que o usuário construa o conhecimento de forma mais sólida e efetiva (CARVALHO SILVA, 2013).

De acordo com Innig (2007, p. 14), o uso da informação é um componente essencial do comportamento informacional e, refere-se à “atividade fim que o indivíduo pretende

exercer com a informação que obteve”. Para o autor, é uma etapa posterior à busca, onde a informação recuperada será avaliada pelo pesquisador e posteriormente usada.

A Biblioteconomia está em constante processo de aprimoramento técnico-normativo, pois sua história mostra sua construção, inovação e crescimento em termos de atividades organizacionais, de recursos e serviços de informação e do acesso e uso da informação, visando a satisfação das necessidades dos usuários. O âmbito das tecnologias favoreceu de forma efetiva a representação da informação, promovendo maior dinamicidade e opção de estudo e aplicação profissional para a Biblioteconomia (CARVALHO SILVA, 2013).

O advento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) revolucionou o acesso à informação através de um dos seus maiores expoentes, a Internet. As TICs possibilitam o acesso a conteúdos de diferentes naturezas, inclusive os de caráter técnico e científico, que alimentam o processo ensino/aprendizagem e reflete diretamente no comportamento na busca de informações por meio desses recursos tecnológicos (COSTA; PIRES, 2014).

4.1.1 Fontes de informação na internet e a web 2.0

Na sociedade global da informação, a busca por inovação em produtos e serviços informacionais está cada vez maior devido a expansão da produção tecnológica. A interação com novas formas de tecnologias de comunicação e informação proporciona mudanças que contribuem para as relações comerciais e sociais (RODRIGUES; BLATTMANN, 2014).

De acordo com Novelli, Hoffmann e Gracioso (2014), o surgimento da internet possibilitou o acesso imediato de diversas fontes de informação, especialmente as bases de dados, periódicos, dissertações, teses, livros, jornais digitais, dentre outros. A disponibilização desses materiais na internet facilita o acesso simultâneo dos materiais, não mais restrito somente às bibliotecas.

A internet é considerada uma fonte importante de informação pois auxilia desde pesquisadores científicos até estudantes do ensino fundamental. Os recursos disponíveis na internet possibilitam a interação com diversos formatos, sejam eles constituídos por textos, imagens, sons, fotos, vídeos, músicas, animações, multimídia, dentre outros. Essa plataforma possibilita o desenvolvimento de um usuário de informação com maior autonomia na busca e seleção das fontes pesquisadas (TOMAÉL, 2008a).

A internet facilitou a busca devido ao aumento de tipos de fontes de informação, tanto convencionais como as novas que estão surgindo. Tomaél et al. (2004, p.3) citam os sites de busca, os repositórios de informação, os apontadores, as bibliotecas digitais e as virtuais como fontes até agora não caracterizadas e reconhecidas totalmente na literatura.

A rapidez de distribuição via internet é essencial para o crescimento da informação. A junção da rapidez e outros elementos como a interatividade, tecnologia do hipertexto, multimídia, digitalização, computação e informação distribuídas, compartilhamento, cooperação e sistemas abertos tornam a Internet um sistema até então único de geração, armazenagem e disseminação (TOMAÉL et al., 2004).

No entanto, é preciso saber filtrar o conteúdo disponível na internet para a recuperação de informações de qualidade e com maior revocação, pois devido a abertura do sistema, qualquer pessoa pode ser o produtor da informação, seja ela verdadeira ou falsa. Tomaél et al. (2004) definem dez critérios de qualidade para avaliar as fontes de informação na Internet: informações de identificação, consistência das informações, confiabilidade das informações, adequação da fonte, links internos, links externos, facilidade de uso, leiaute da fonte, restrições percebidas e suporte ao usuário.

Brum e Barbosa (2009, p. 60) dividem as fontes de informação na Internet em alguns setores, ou seja, as formas de se ter acesso à informação pela rede, são eles: listas de discussão, correio eletrônico, informativos via correio eletrônico, informativos comerciais via correio eletrônico, salas de bate-papo virtual, mensageiros instantâneos, sítios de busca ou ferramentas de busca, intranets, extranets, e os próprios sítios disponíveis na web.

Uma grande transformação tecnológica foi a introdução da Web 2.0, possibilitando ainda mais a forma como a internet promove o acesso à informação, pois permite que o usuário seja também um produtor de notícias, além de espectador. A Web 2.0 permite a criação, o compartilhamento e a alteração de todo tipo de conteúdo, de forma dinâmica e ágil, promovendo a interação por diálogo e colaboração mútua. As ferramentas que possibilitaram essas atividades são denominadas de softwares sociais, mídias sociais ou, simplesmente, redes sociais (RS) (MARQUES; VIDIGAL, 2018).

Segundo O'Reilly (2005), o conceito de Web 2.0 começou em uma sessão de brainstorming entre O'Reilly e a Media Live International após a observação do surgimento de novos aplicativos e sites interessantes. Já para Barreto (2011), o conceito Web 2.0 surgiu primeiramente em 2004, pelas mãos de Dale Dougherty, como forma de designar a segunda

geração de comunidades e serviços baseados numa plataforma web ou rede social. Novas e variadas aplicações surgiram sob essa denominação, especificamente, os *blogs*, *podcast*, *wikis* e as redes sociais online.

No mesmo período surge o conceito de Web 1.0, referindo-se à geração anterior. A Web 2.0 representa uma transformação tecnológica, um novo aspecto qualitativo da internet. O usuário passa de ator passivo para ativo; na transição da era de produção para a era de colaboração (BARRETO, 2011).

O conteúdo da Web 2.0 é o novo suporte dos laços sociais, pois os ambientes em rede promovem um novo tipo de participação social e, conseqüentemente, novas relações e práticas em que o conteúdo e o seu contexto (conversação, objetos sociais, metadados) se assumem como o elemento central (AMARAL, 2012).

4.1.2 Critérios de qualidade para avaliar fontes de informação na Internet

De acordo com Tomaél et al. (2004), é importante avaliar a informação disponível na internet, principalmente para quem a utiliza para a pesquisa, pois é relevante para enfatizar a inconstância da qualidade das informações encontradas. Visando subsidiar a avaliação de fontes de referência na internet, os autores elaboraram um projeto de pesquisa que contém critérios preliminares de qualidade para avaliar fontes na rede. Tais critérios culminaram nos dez itens apresentados a seguir.

O primeiro critério são as informações de identificação, ou seja, os dados detalhados da pessoa jurídica ou física responsável pelo site de forma a identificá-la plenamente. É necessário que o endereço eletrônico (URL) do site seja definido clara e objetivamente e a autoria ou o assunto do qual trata a fonte; o correio eletrônico do site (organização que disponibiliza a fonte) diferente do correio eletrônico da fonte de informação; o título da fonte de informação claro e preciso, além de informativo; o endereço eletrônico (URL) da fonte de informação definindo clara e objetivamente a autoria; os objetivos da fonte informando a que público se destina; a disponibilização de informações adequadas sobre a fonte (apresentação, nota explicativa, informações gerais etc.), descrevendo seu âmbito e a identificação da tipologia da fonte e de sua origem, no caso de se tratar de evolução de formato impresso.

O segundo critério é a consistência das informações, ou seja, o detalhamento e completeza das informações que fornecem. A cobertura da fonte, abrangendo informação de toda área; a validade do conteúdo, isto é, sua utilidade em relação aos propósitos do usuário

final; resumos ou informações complementares como elementos que realmente contribuam para a qualidade; a coerência na apresentação do conteúdo informacional, a fonte não pode ser carregada a ponto de prejudicar sua consistência ou ao contrário, apenas apresentar informações muito superficiais; oferta de informações filtradas ou com agregação de valor, neste caso, identificar se a informação oferecida é embasada ou somente opinativa e a apresentação de informação original ou apenas fornecimento do endereço para recuperá-la.

O terceiro critério é a confiabilidade das informações, ou seja, investiga a autoridade ou responsabilidade. Os dados completos de autoria como mantenedor da fonte, podendo ser pessoa física ou jurídica; autor, pessoa física, reconhecido em sua área de atuação, demonstrando formação/especialização; analisar a organização que disponibiliza o site caso o autor da fonte pertença a ela; o conteúdo informacional relacionado a área de atuação do autor demonstra relevância; observância de outras informações como: existência de referências bibliográficas dos trabalhos do autor, endereço para contato com o autor, se foi derivada de um formato impresso/origem e a verificação de datas: quando foi produzida; se está atualizada e quando foi.

O quarto critério é a adequação da fonte, ou seja, o tipo de linguagem utilizada e coerência com os objetivos propostos. Coerência da linguagem utilizada pela fonte com os seus objetivos e o público a que se destina e a coerência do site onde a fonte estiver localizada com seu propósito ou assunto.

O quinto critério são os links. Os links internos são recursos que complementam as informações da fonte e permitem o acesso às informações e a navegação na própria fonte de informação e devem ter clareza para onde conduzem; tipos disponíveis: anexos, ilustrações, informações complementares, outras páginas do site e atualização dos links, apontando para páginas ativas. Os links externos são recursos que permitem o acesso às informações e a navegação em outras fontes/sites e é necessário ter clareza para onde conduzem; devem apontar apenas para sites com informações fidedignas/úteis e apropriadas; tipos disponíveis mais comuns: informações complementares e/ou similares, ilustrações, comércio relacionado, portais temáticos, entre outros e a revisão constante dos links, apontando para páginas existentes.

O sexto critério é a facilidade de uso para explorar/navegar no documento. A disponibilidade de recursos de pesquisa na fonte: função de busca, lógica booleana, índice,

arranjo e espaço da informação; recursos auxiliares à pesquisa como tesouros, listas, glossários, mapa do site/fonte, guia, ajuda na pesquisa, instruções de uso, documentação/manuais da fonte de informação para *download* ou impressão.

O sétimo critério é o layout da fonte. As mídias utilizadas devem ser interessantes; os tipos de mídias utilizadas: imagens fixas ou em movimento e som; a harmonia entre a quantidade de mídias utilizadas nos verbetes ou itens (partes) da fonte é fundamental; a coerência entre as várias mídias (texto x som x imagem): a legibilidade (nitidez, tamanho da letra/imagem) e a clara identificação das imagens.

O oitavo critério são as restrições percebidas, ou seja, são situações que ocorrem durante o acesso e que podem restringir ou desestimular o uso de uma fonte de informação. Algumas restrições são: pequena quantidade de acessos simultâneos permitida; alto custo de acesso à fonte de informação; mensagens de erro durante a navegação; direitos autorais impedindo o acesso à informação completa.

O nono critério é o suporte ao usuário, ou seja, elementos que fornecem auxílio aos usuários e que são importantes no uso da fonte, tais como: contato com o produtor da fonte por endereço ou correio eletrônico e informações de ajuda na interface. O décimo critério são outras observações percebidas pelos autores, como recursos que auxiliam o deficiente no uso da fonte e a opção de consulta em outras línguas.

Em 2016, Tomaél, Alcará e Silva (2016) atualizaram a pesquisa sobre os critérios de de qualidade de fontes de informação na internet. As autoras reuniram sete obras diferentes com diversos autores, analisaram e estudaram os indicadores e critérios de qualidade. A partir da análise dos atributos de qualidade presentes na literatura para fontes de informação, uma lista dos elementos constituintes para a avaliação de fontes de informação digital foi criado, disponíveis no quadro a seguir:

Quadro 1: Características para avaliação da qualidade da informação na visão de vários autores

AUTORES	ATRIBUTOS DE QUALIDADE	DETALHAMENTO
Tomaél et al. (2004)	Informações de identificação-	Dados da pessoa jurídica ou física responsável pela fonte.
	Consistência das informações-	Detalhamento e completeza das informações.
	Confiabilidade das informações- Adequação da fonte-	<ul style="list-style-type: none"> ★ Autoridade ou responsabilidade; ★ Tipo de linguagem adotada e coerência com os objetivos.
	Links-	Internos e externos.
	Facilidade de uso-	Navegação na fonte.
	Layout da Fonte-	Mídias utilizadas.
	Restrições percebidas-	Situações que podem restringir ou desestimular o uso da fonte.
	Suporte ao usuário-	Auxílios aos usuários.
Barnes e Vidgen (2004)	Usabilidade-	Facilidade de uso e de navegação, design apropriado ao propósito da fonte de informação, imagem atrativa, competência e possibilidade de experiência positiva no usuário.
	Qualidade das informações-	Conveniência da informação para os propósitos do usuário, como, por exemplo, precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação.
	Qualidade da interação-	Segurança no uso, sensação de personalização, confiança no uso dos recursos da fonte de informação e facilidade nas formas de contato com o responsável pela fonte.
	Credibilidade-	Fonte, contexto, atualização, pertinência/utilidade e processo de revisão editorial.
	Conteúdo-	Acurácia, hierarquia de evidência, precisão das fontes, avisos institucionais e completeza.

Lopes (2004)	Apresentação formal do site-	Objetivo e perfil do site.
	Links-	Seleção, arquitetura, conteúdo e links de retorno.
	Design-	Acessibilidade, navegabilidade e mecanismo de busca interno.
	Interatividade-	Mecanismo de retorno da informação, fórum de discussão e explicação de algoritmos.
	Anúncios-	Alertas
Simeão (2006)	Interatividade-	Ação recíproca que possibilita a interação entre o sistema e o usuário, assim como de grupos de usuários por meio do sistema. A interação é viabilizada por intermédio de ferramentas de tecnologia da informação.
	Hipertextualidade-	Conexão entre dois ou mais recursos textuais (conteúdos), que por meio de tópicos significantes reestrutura conteúdos dispersos na web.
	Hipermediação-	Interação da informação e recursos diversos disponibilizados em distintos formatos- texto, áudio, imagem estática e em movimento-, que possibilita a criação de conteúdo
Stviliet al. (2007)	Aspectos intrínsecos-	<ul style="list-style-type: none"> ★ Validade/acurácia (legitimidade e validade da informação); ★ Coesão (foco no conteúdo); ★ Complexidade (extensão da complexidade cognitiva); ★ Consistência semântica (coerência com as normas cultas); ★ Consistência estrutural (estrutura e formato); ★ Atualidade (atualização da informação); ★ Redundância (atributos semelhantes constantemente representados, utilizando a mesma estrutura, formato e precisão); ★ Naturalidade (conteúdo expresso por condições convencionais de acordo com alguma fonte de referência); ★ Precisão/ completude

		(correção e exatidão na forma de apresentação da informação).
	Aspectos contextuais-	<ul style="list-style-type: none"> ★ Precisão (correção e exatidão na forma de apresentação da informação em um contexto ou cultura particular); ★ Acessibilidade (velocidade e facilidade de localizar e obter a informação relacionada a uma atividade particular); ★ Complexidade (grau de complexidade cognitiva de uma informação relacionada a um contexto ou a uma atividade particular); ★ Naturalidade (grau para o qual o conteúdo da fonte de informação é semanticamente próximo ao contexto a que se relaciona); ★ Redundância (informação nova ou informativa no contexto de uma atividade ou comunidade particular); ★ Relevância (informação aplicável e útil para uma determinada atividade); ★ Precisão/completeza (correção e exatidão na forma de apresentação da informação em relação ao contexto).
Walraven, Brand-Gruwel e Boshuizen (2009)	Usabilidade-	<ul style="list-style-type: none"> ★ Língua; ★ Conexão à tarefa; ★ Audiência; ★ Atualidade; ★ Valor.
	Verificabilidade-	<ul style="list-style-type: none"> ★ Autor; ★ Referências; ★ Informações concordam com mais sites; ★ Informações concordam com o conhecimento prévio; ★ Organização.
	Confiabilidade-	<ul style="list-style-type: none"> ★ Tipo de informação; ★ Objetividade; ★ Primária/secundária; ★ Meta.
	Técnico-	<ul style="list-style-type: none"> ★ Aparência; ★ Velocidade.

Kim, Yoo-Lee e Sin (2014)	Conteúdo-	<ul style="list-style-type: none"> ★ Interesses em comum para o uso da informação- utilidade da informação; ★ Data em que a informação foi disponibilizada- atualidade; ★ Qualidade e quantidade das citações e referências; ★ Disponibiliza notas de esclarecimentos.
---------------------------	-----------	--

Fonte: Tomaél; Alcará; Silva (2016, p. 27-29).

Alguns critérios de avaliação de fontes de informação na Internet listados nos quadros podem ser aplicados no jornalismo digital e nas redes sociais, dessa forma, podendo proporcionar uma experiência informacional com veracidade e qualidade aos usuários.

4.2 Jornalismo digital

O jornalismo digital vem crescendo cada vez mais com a presença das novas tecnologias e, em muitos casos, substituindo as publicações em papel. O portal sobre publicação digital denominado Maven (2018) publicou um comparativo entre as características do jornal impresso e do jornal digital, o portal reuniu as 7 principais diferenças entre as duas formas, a seguir:

A primeira diferença é a atenção dada à leitura. Essa questão está relacionada com o comportamento de cada indivíduo ao ler uma notícia. Se é comum que as pessoas façam leituras dinâmicas no jornalismo digital, passando apenas pelas manchetes divulgadas em redes sociais, isso também ocorre com leitores de impressos. O produtor de conteúdo deve pensar em formas que despertem a atenção do leitor sobre o que está sendo dito. No caso do impresso, é comum que sejam feitos cadernos especiais, com ilustrações e um papel diferenciado, que chame a atenção. Já na internet, o texto pode ser complementado com fotos, vídeos e gifs animados, entre outros recursos que tornem a leitura mais dinâmica.

A segunda diferença é o tipo de conteúdo buscado. Nos jornais impressos, os leitores têm o hábito de consumir apenas textos, que podem ser longos e completos. Já o leitor digital tem preferência por menos conteúdo textual e mais interatividade com aquilo que está sendo dito. Em vez de realizar uma entrevista escrita com um especialista em determinado assunto, por exemplo, pode-se fazer um texto mais breve e convidar os leitores para assistirem a uma entrevista ao vivo pelas redes sociais, dando a chance de, inclusive, enviarem perguntas.

A terceira diferença está relacionada ao estilo de leitura. Enquanto a leitura no jornal impresso é linear, sempre seguindo uma ordem que vai do início ao fim, o jornal digital apresenta características do hipertexto, como os hiperlinks complementares. Dessa forma, se você estiver informando algum acontecimento de sua cidade, poderá inserir um link para que o leitor recorde outros fatos relacionados ou acesse demais sites que esclareçam dúvidas sobre a temática.

A quarta diferença é a capacidade de interação. Quando as pessoas queriam entrar em contato com a redação do jornal impresso, era comum que enviassem cartas com opiniões, críticas e pontos de vista sobre situações de destaque. Com a ascensão do jornalismo digital, as pessoas passaram a interagir por meio das redes sociais. As páginas dos jornais em mídias, como o Facebook, têm espaço para comentários e discussões sobre o assunto.

A quinta diferença é a autonomia para a busca de mais informações. O hipertexto, característica que permite que links sejam inseridos em determinadas palavras-chave, direcionando o leitor para outras páginas no portal de notícias, proporciona autonomia para a busca de mais informações. No final da reportagem também podem ser inseridos links para as reportagens anteriores, de modo que o leitor tem autonomia para buscar mais informações sobre o assunto no mesmo portal de notícias. Além disso, o site também pode ter um campo de busca, para o caso de o leitor querer pesquisar sobre um assunto em específico.

A sexta diferença é a habilidade de atualização. O leitor digital tem mais capacidade de atualização do que o leitor do jornal impresso. Os jornais digitais podem publicar novidades a cada instante e fazer grandes coberturas em tempo real, inclusive com transmissões ao vivo em vídeo, diferente dos jornais impressos, que somente uma edição por dia é produzida. Assim, algo que acontecer hoje à tarde só será noticiado amanhã de manhã. A atualização dos acontecimentos, portanto, é mais demorada.

A sétima e última diferença citada pelo portal é o compartilhamento de notícias. Para o leitor do impresso, é comum conversar sobre algo que leu com os seus familiares, com colegas de trabalho ou amigos no dia a dia. Já o leitor do digital compartilha as notícias, na maioria dos casos, pelas redes sociais, onde os amigos terão acesso ao conteúdo.

De acordo com Ferreira (201-), algumas vantagens do jornal digital são a praticidade, pois é possível acessar de um aplicativo do jornal em seu celular ou através do computador; a sustentabilidade, a dinamicidade no acesso de diversos outros jornais com diversas

informações; a maleabilidade para ficar atento as notícias de qualquer lugar que esteja; a visualização do jornal, no próprio aplicativo, ou site, é possível direcionar para o assunto que lhe interessa como esportes, política, cultura e outros; e a capacidade de desenvolver o interesse de diversas pessoas, atingindo todos os tipos de público, principalmente por envolver sua facilidade.

Já como desvantagem, Ferreira (201-) cita a necessidade de estar conectado a internet para conseguir ler, o que interfere em locais onde a conexão fica ruim ou até mesmo sem sinal, como nos metrô; a desconfiança e o descrédito devido ao excesso de atualização das informações; o consumo rápido e imediato onde muitas vezes as informações passaram e você não viu; notícias sem fundamento real onde qualquer pessoa pode ser redator ou editor; e os direitos de autor, tradução e escrita, isso faz com que não identifiquemos a veracidade da notícia.

4.3 Rede sociais

As redes desempenham um papel fundamental na sociedade da informação e são definidas por Castells (1999, p. 566) como “um conjunto de nós interconectados”, sendo o nó o ponto no qual uma curva se entrecorta. Existem laços ou conectividades presentes nos nós entre os integrantes da rede (SUGAHARA; VERGUEIRO, 2010).

Marteletto (2001, p. 72) considera que a rede social representa “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. O compartilhamento de informação e conhecimento e a interação entre os indivíduos é o diferencial de uma rede social. A cooperação e parcerias nas redes sociais promovem a interação. A interação leva ao compartilhamento e impulsiona os fluxos de informação e conhecimento e determinados pelos vínculos (TOMAÉL, 2008b).

A criação das redes sociais está atrelada aos fatores sociais, políticos e culturais. As redes são canais que passam informação e conhecimento, podendo ampliar o alcance das ações a partir da busca por comunidades semelhantes (MARTELETO; SILVA, 2004). De acordo com Marques e Vidigal (2018), a busca por semelhantes para estabelecer relações de interesses, assim como a configuração em rede é uma particularidade do ser humano.

Ainda sobre as redes, Silva, Fialho e Saragoça (2013) destacam a representatividade do sistema social a partir de uma estrutura de laços. Os laços podem estar inseridos em

conversas, afeto, amizade, parentesco, troca econômica, troca de informação ou qualquer troca de relação.

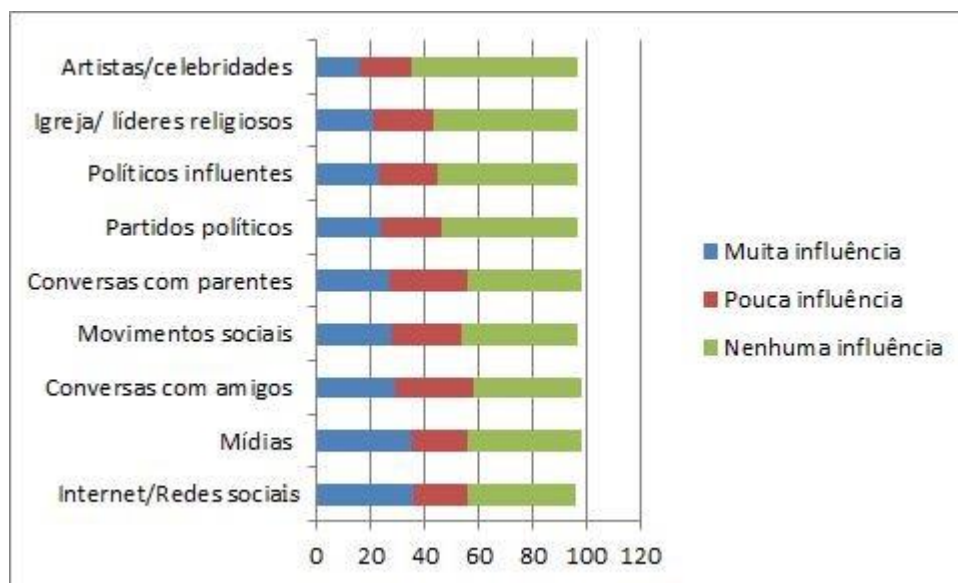
As redes sociais são os meios de comunicação mais populares no século XXI, elas proporcionam interação, entretenimento, conhecimento e negócios para os usuários. São definidas por Ellison, Steinfield e Lampe (2007) como um espaço da Web que permite a seus usuários construir perfis públicos, interagir com pessoas que já conhecem ou conhecer novas pessoas, dessa forma, criando conexões.

Além de possibilitar interações, as redes sociais vêm se tornando uma fonte de informação muito importante (VIDIGAL; MARQUES, 2016). Recuero (2009) afirma que a capacidade das redes sociais de difundir informações através das conexões existentes alterou o cenário de disseminação de forma significativa.

As pessoas são capazes de difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais (RECUERO, 2009).

No Brasil, segundo dados de pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE Media, 2014), para 47% da população brasileira, a web é a primeira fonte procurada, enquanto que para o restante do mundo, esse percentual registra uma média de 45%. O IBOPE Inteligência (2017) fez uma pesquisa para descobrir qual fonte de informação tem mais influência na escolha do presidente em 2018, os resultados mostram que 56% dos eleitores brasileiros afirmam que as mídias sociais têm algum grau de influência na escolha de seu candidato presidencial. Para 36%, as redes têm muita influência. As mídias tradicionais aparecem em mesmo patamar das redes sociais/internet (56%).

Gráfico 1: Canais de influência na escolha do candidato à presidência em 2018



Fonte adaptada: IBOPE Inteligência (2017).

Algumas das redes sociais mais influentes atualmente são o Twitter, o Instagram e o Facebook. O Twitter tem se destacado entre as redes sociais pela possibilidade do acesso a informações de maneira rápida. Isso se deve a seu formato que conjuga limitação de 280 caracteres às mensagens, o que impõe ao usuário grande concisão na redação dos tuítes³ e possibilidade de replicar tuítes postados por outros usuários, os retuítes⁴. Outra funcionalidade da plataforma permite aos usuários organizar assuntos por meio de *hashtags*, facilitando a discussão por assuntos na rede social (OLIVA, 2018).

O Instagram é uma rede social onde é possível tirar fotos com o celular, aplicar efeitos nas imagens e compartilhar com os amigos. Há ainda a possibilidade de postar essas imagens em outras redes sociais, como o Facebook e o Twitter. No Instagram, os usuários podem curtir e comentar nas suas fotos e assim como no Twitter há o uso de *hashtags* (#) para que seja possível encontrar imagens relacionadas a um mesmo tema, mesmo que a pessoa que tirou essas fotos não seja seu amigo na rede (RAMUSSEN, 2012). O Facebook é uma rede social onde é possível compartilhar fotos, eventos, mensagens privadas e públicas entre si e participantes de grupos de amigos.

³Em inglês “tweet”.

⁴Em inglês: “retweet”

4.3.1 Facebook como fonte de informação

O Facebook é uma das redes sociais mais utilizadas em todo o mundo como espaço de encontro, partilha, interação e discussão de ideias e temas de interesse comum. Foi criado dia 4 de Fevereiro de 2004 por Mark Zuckerberg e os colegas Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, estudantes da Universidade de Harvard. O objetivo inicial era a comunicação entre eles, o compartilhamento de informação académica, envio de mensagens e publicação de fotografias. Inicialmente, para participar dessa rede social, os usuários tinham que estar filiados a uma instituição de ensino superior, como alunos, professores ou funcionários. Atualmente, qualquer indivíduo pode participar dessa rede social, independente do propósito, seja ele interesse pessoal ou profissional (PATRÍCIO; GONÇALVES, 2010).

Para criar um perfil no Facebook, os usuários devem ter um endereço de correio eletrónico e preencher os campos de identificação com padrão único de entrada de dados. Depois de estabelecer uma conta, pode ser atualizado inúmeras vezes, é possível adicionar ou alterar informações. Os usuários podem construir redes de “amigos”, pessoas que concordaram em ser adicionadas como amigos para os perfis de cada um. O Facebook oferece uma vasta lista de ferramentas e aplicações que permitem aos usuários comunicar e partilhar informação, como adicionar fotografias, vídeos, comentários, ligações, enviar mensagens, integração com outros websites, dispositivos móveis, aplicações de correio eletrónico, *feeds*, bem como controlar quem pode ter acesso a informação específica ou realizar determinadas ações (EDUCAUSE, 2006).

A ação dos usuários do Facebook se estabelece pelos comentários, compartilhamentos e curtidas. Dentre as três formas, a mais utilizada como avaliação de uma postagem é a curtida. A curtida é como um prêmio dado ao conteúdo que o leitor demonstra interesse e/ou afetividade. Uma grande quantidade de curtidas é um indicativo de que alguma publicação atraiu a atenção de um maior número de leitores ao ponto de eles afirmarem esse apreço perante os demais membros do Facebook (MODOLO, 2018).

O Facebook ampliou as possibilidades de curtir para diferentes tipos de reações a partir de atualizações feitas durante os anos de 2015 e 2016, agora é possível clicar em curtir, amei, haha, uau, triste e grr (raiva) (Figura 1). O acréscimo de novas reações possibilita mais diversidade na avaliação de enunciados no Facebook (MODOLO, 2018).

Figura 1: Reações do Facebook



Fonte: Facebook (2019).

O Facebook está em constante crescimento, de acordo com o portal O Globo (2018), o Facebook atingiu o primeiro milhão de usuários inscritos ainda em 2004, quando permanecia restrito aos alunos de Harvard, Stanford, Columbia e Yale. Os 500 milhões de usuários ativos mensais seriam atingidos seis anos depois, em 2010. O bilhão viria no fim de 2012. Já a marca de 2 bilhões seria alcançada em 2017. O portal Zephoria Digital Marketing (2019) afirma que há 2,32 bilhões de usuários ativos mensais do Facebook em todo o mundo.

De acordo com Kelly (2007), o Facebook, além de ser um canal de comunicação entre pessoas que partilham interesses em comum, pode ser útil no ensino superior. Isso por se tratar de ferramenta popular e de fácil acessibilidade, que não necessita de desenvolvimento interno ou de aquisição de software, sendo útil tanto para alunos, quanto para professores, permitindo a integração de diversos recursos (Instagram, blogs, Twitter, etc).

O Facebook explora a informação de maneira variada, sendo capaz de auxiliar pesquisadores acadêmicos e alunos a “desenvolverem competências de investigação que eles necessitam, em um mundo no qual a construção de conhecimento e a disseminação fazem uso crescente das redes de informação online” (GOLWAL; KALBANDE; SONWANE, 2012, p. 89-90).

Cunha Júnior (2018) destaca a importância dos grupos no Facebook como uma ferramenta comunicativa de mediação que torna o ambiente colaborativo. O uso dos grupos no Facebook pode exigir a adaptação ou a criação de novas regras. Ao criar ou redefinir as regras do grupo, os participantes se sentem mais responsáveis e engajados nas atividades. Por ser uma plataforma colaborativa, o Facebook é capaz de alcançar um grande número de pessoas interessadas naquilo que os perfis ou grupos se propõem a oferecer (CORRÊA; SILVA, 2017).

A utilização do Facebook como fonte de informação é bem-vinda pois quanto mais informações com finalidades educacionais disponíveis, maior a chance de ser acessado. Redes

sociais são extensamente utilizados pela população, o compartilhamento de informações é de acesso fácil e estas podem ser ferramentas poderosas no processo de ensino-aprendizagem, dessa forma, tornando as práticas sociais nas redes vantajosas (QUINTANILHA, 2017).

4.3.2 Práticas sociais nas redes

Castells (1999) denomina essa nova forma de organização socioeconômico e político-cultural de “sociedade em rede”. Esse conceito não pode ser entendido sem a interação entre estas duas tendências relativamente autônomas: o desenvolvimento de novas tecnologias da informação e a tentativa da antiga sociedade de reaparelhar-se com o uso da tecnologia para servir a tecnologia do poder.

As redes são um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital e promove a integração global da cultura. As redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas de organização das atividades humanas, canais de comunicação, moldando a vida e sendo moldado por ela (CASTELLS, 1999).

A internet, principalmente as redes, tornam as pessoas possíveis produtores de informação ou opiniões. Essa é uma oportunidade libertadora e democrática onde as pessoas podem expressar suas opiniões, sem a necessidade de depender da imprensa em possibilidades remotas de entrevistas. Esse foi um grande salto para a comunicação pública (LIPPMANN, 1997).

Recuero (2013) observa que as redes sociais fazem parte da vida cotidiana das pessoas. Dois elementos característicos dos sites de rede social são a conversação e as formas de individualização que permitem a ação dos indivíduos; e pelas conexões, que fazem com que as redes sociais anexas a estes perfis se tornem públicas.

O crescimento das redes sociais aumentou a velocidade da geração e consumo de informações, não mais concentradas em grandes grupos, mas produzidas virtualmente por qualquer um. De um lado, a democracia do conteúdo; do outro, o desafio de distinguir a mentira da realidade (RAIS, 2018).

4.4 Notícias falsas (Fake news)

4.4.1 Conceito e histórico

O termo *fake news* vem se tornando uma expressão muito popular nos anos recentes. É notório que essa expressão diz respeito a informações falsas e fraudulentas, porém, é necessário avaliar o contexto social o qual essa prática está inserida (MACEDO JÚNIOR, 2018). As notícias falsas são geralmente compartilhadas pelas redes sociais e tem o objetivo de criar polêmica em torno de uma situação ou pessoa, contribuindo para prejudicar a imagem. Por ter um teor extremamente dramático, apelativo e polêmico, as notícias costumam atrair muita atenção das massas, principalmente quando estas estão desprovidas de senso crítico.

Podem ser invocados muitos exemplos para confirmar o fato de que a ação de disseminar intencionalmente informações falsas é uma prática que carrega uma longa tradição histórica (MACEDO JÚNIOR, 2018).

O político e general romano Marco Antônio cometeu suicídio motivado por notícias falsas. Ele se matou depois de saber que Cleópatra tinha morrido, mas a notícia da morte era falsa (URPIA, 2010).

Poucos anos antes da Revolução Francesa, vários panfletos foram espalhados em Paris com notícias expondo pela primeira vez os detalhes do déficit orçamentário espetacular do governo quase falido. Cada um veio de um campo político separado, e cada um contradizia o outro com números diferentes, culpando o déficit de diferentes ministros das Finanças (SOLL, 2016).

Durante a Revolução Francesa, os gravadores colocaram o rosto de Maria Antonieta nas placas de cobre como propaganda política propositalmente falsa. Isso contribuiu para o ódio que a população sentia em relação à rainha, que desencadeou em sua execução em 16 de outubro de 1793 (DARNTON, 2017).

Até mesmo fundadores glorificados foram autores de notícias falsas por meios políticos. Para aumentar o fervor revolucionário, Benjamin Franklin inventou histórias de propaganda sobre índios assassinos trabalhando em conjunto com o rei britânico George III. Outros líderes revolucionários publicaram falsas histórias de propaganda de que o rei George estava enviando milhares de soldados estrangeiros para massacrar os patriotas americanos e

virar a maré da Guerra da Independência para levar as pessoas a se alistar e apoiar a causa revolucionária (SOLL, 2016).

Um dos episódios históricos mais recentes e de maior relevância que atraiu a atenção internacional para a importância do fenômeno das notícias falsas foi a última eleição presidencial americana em 2016. O uso confirmado de um esquema de notícias falsas de larga escala pelos apoiadores de Donald Trump, o suposto envolvimento de agentes russos nas eleições, a contratação de produtores profissionais de notícias falsas macedônios, o uso ilegal dos dados de usuários do Facebook pela Cambridge Analytica⁵, e o uso intensivo de robôs para influenciar as redes sociais mostraram um novo, complexo e perigoso mundo para a democracia e a liberdade de expressão (MACEDO JÚNIOR, 2018).

Outro episódio envolvendo eleições ocorreu na candidatura de Jair Bolsonaro à presidência do Brasil em 2018, a desinformação contra os adversários de Bolsonaro aumentou em torno de duas temáticas: colocar em dúvida, com teorias conspiratórias, a segurança do voto eletrônico no Brasil, e uma constante relação dos outros candidatos com pautas das minorias, como a comunidade de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros (LGBT) e o direito ao aborto (BARRAGÁN, 2018).

As notícias reais estão recuando e dando espaço para o crescimento das notícias falsas. O resultado da disseminação da desinformação no passado teve consequências terríveis e não seria diferente nos dias atuais (SOLL, 2016). De acordo com Macedo Júnior (2018, p. 135), o uso de notícias falsas “pode ser uma estratégia de baixo custo não só para manipular diretamente a opinião pública e os consumidores, mas também para servir como uma ferramenta eficiente para aumentar o alcance de alguma informação”. O nosso maior desafio será encontrar uma nova maneira de combater a maré alta de notícias falsas.

4.4.2 O potencial destrutivo das notícias falsas

As notícias falsas são estimuladas pela temporalidade acelerada da percepção, onde os assuntos substituem uns aos outros de forma rápida. Com esse cenário, aumenta a dificuldade em praticar o exercício do pensamento analítico, que permitiria distinguir o falso do verdadeiro (CUEVA, 2018).

⁵ Foi uma empresa privada que combinava mineração e análise de dados com comunicação estratégica para o processo eleitoral.

O apelo à inovação é uma grande estratégia utilizada pelos fabricantes de notícias falsas para estimular a sua propagação. As pessoas tendem a compartilhar informações que são consideradas novidades com mais frequência do que as informações prováveis. As notícias falsas, em média, têm 70% mais chances de serem compartilhadas do que notícias verdadeiras (RAIS, 2018).

Algumas dificuldades surgem no momento da interpretação das notícias, onde a falta de precisão no contexto acabam deixando dúvidas e falhas na comunicação. Em muitos casos, não é simples identificar uma notícia falsa, já que a ironia e o exagero estão presentes em nossa linguagem cotidiana. Além disso, é grande a frequência que os jornais, blogueiros e internautas utilizam manchetes falsas, parciais, fraudulentas ou exageradas para fugar (MACEDO JÚNIOR, 2018).

As notícias falsas não são apenas aquelas extremamente irônicas, que têm o intuito de serem engraçadas e provocar o leitor. As notícias falsas atualmente buscam disseminar boatos e inverdades com informações que não estão 100% corretas sobre pessoas, partidos políticos, países, políticas públicas, entre outros. Elas não vão aparentar ser mentira, ainda mais se nós acreditamos que elas podem ser verdadeiras – mas não são (MERELES, 2017).

O Projeto de Lei do Senado nº 473⁶, de 2017, do Senador Ciro Nogueira altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 – Código Penal, para tipificar o crime de divulgação de notícia falsa. A ementa imputa detenção, de seis meses a dois anos, e multa, para quem divulga notícia que sabe ser falsa e que possa distorcer, alterar ou corromper a verdade sobre informações relacionadas à saúde, à segurança pública, à economia nacional, ao processo eleitoral ou que afetem interesse público relevante. Caso essa divulgação seja feita por meio da internet, a pena passa a ser de reclusão de um a três anos. Se a prática visar à obtenção de algum tipo de vantagem, a pena poderá ser aumentada em até dois terços.

De acordo com Ciro Nogueira, em uma entrevista ao Senado Notícias (2018), há situações em que as notícias falsas têm como alvo pessoas específicas, e nesses casos elas podem constituir os crimes de calúnia, injúria ou difamação, já previstos no Código Penal. Entretanto, há casos em que o dano das notícias falsas não pode ser individualizado, mas atinge o “direito difuso de a população receber notícias verdadeiras e não corrompidas”. Segundo ele, o objetivo do projeto é coibir esses casos, que ainda não estão previstos na lei.

⁶ Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/131758>>.

O fórum da Organização das Nações Unidas (ONU, 2017), discutiu formas de tratar as notícias falsas. O encontro debateu caminhos para levar aos cidadãos as habilidades e ferramentas necessárias para avaliar a credibilidade de qualquer conteúdo da mídia ou de uma fonte de notícias. Durante o evento, o diretor da Divisão de Promoção do Departamento de Informação Pública da ONU, Maher Nasser deixou claro que “o mundo de hoje é o mais conectado da história, através das redes sociais e da tecnologia; somos supersaturados com notícias”. Nasser mencionou a complexidade que representa distinguir notícias verdadeiras de notícias falsas, especialmente quando os algoritmos, usados por plataformas das redes sociais para fornecer conteúdo aos usuários, costumam depender das interações dos próprios usuários com seus círculos.

No mesmo fórum, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) apresentou alguns pareceres sobre o tema notícias falsas para membros do Parlamento Europeu para conter o crescente problema e seus impactos. Destacando a gravidade da desinformação e o descrédito deliberado da mídia profissional, o diretor de Liberdade de Expressão e Desenvolvimento da Mídia da UNESCO, Guy Berger, solicitou mais investigações e processos quando fornecedores de notícias falsas estiverem envolvidos em fraude, como o uso indevido de nomes de marcas de fornecedores de notícias reputados.

De acordo com Macedo Júnior (2018), é comum encontrar comentários de analistas sobre esse fenômeno enfatizando que a disseminação de notícias falsas não é nenhum evento novo na história. Antes da explosão das redes sociais, as notícias falsas alimentavam os pasquins e gazetas na Europa e estava presente em outros episódios em que foram espalhadas gerando grandes consequências.

4.4.3 Pós-verdade

O Dicionário Oxford (2016), departamento da Universidade Oxford responsável pela publicação de dicionários, elegeu “pós-verdade”⁷ como a palavra do ano da língua inglesa. De acordo com a publicação, o termo foi empregado pela primeira vez em 1992, em um artigo do dramaturgo Steve Tesich na revista “The Nation”.

⁷Tradução do inglês: “Post-truth”

De acordo com o Dicionário Oxford (2016, tradução nossa) ⁸, pós-verdade é: um conceito “que se relaciona ou denota circunstâncias em que fatos objetivos têm menos influência na formação da opinião pública do que apelos à emoção e crenças pessoais”. A pós-verdade é uma realidade em que acreditar, ter crença e fé de que algo é verdade é mais importante do que os fatos (MERELES, 2017).

A explicação da palavra pós-verdade de acordo com o Oxford (2016) é de que o composto do prefixo “pós” não se refere ao tempo após uma situação ou evento especificado, como no pós-guerra ou pós-correspondência, o prefixo em pós-verdade tem um significado mais parecido com pertencer a um tempo em que o conceito especificado se tornou sem importância ou irrelevante.

A pós-verdade apresenta-se como um fenômeno cultural que não será controlado tão cedo, principalmente as péssimas consequências que afetam o interesse público de todos os cidadãos no mundo. Sua aplicação tem afetado diretamente a desmoralização de atores sociais que atualmente desenvolvem, ou no passado desenvolveram papéis relevantes na história da sociedade humana (QUADROS, 2018).

Atualmente, a pós-verdade é disseminada pelas mídias eletrônicas e sociais como ideologia revisionista que nega qualquer princípio de verdade, muitas vezes é apresentada sem qualquer fundamentação crítica, incorporando discursos que apenas determinado indivíduo ou grupo social com posturas idênticas se identificam. Nesse aspecto, o ponto de vista torna-se a verdade em absoluto, e a verdade torna-se somente a vontade de indivíduos com ideias convergentes (QUADROS, 2018).

4.5 Desinformação

Um capítulo no Relatório Global de Riscos do Fórum Econômico Mundial⁹ (2013) intitulado “Incêndios Digitais em um Mundo Hiperconectado”¹⁰ alertou para o crescente perigo de desinformação sendo disseminada pelas mídias sociais. Entre as principais questões levantadas estavam o uso intencional de mídias sociais para espalhar desinformação, a dificuldade de corrigir informações errôneas quando se espalha dentro de redes confiáveis,

⁸ Tradução do inglês: “Relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief”.

⁹ Tradução do inglês: “The Global Risks Report” e “World Economic Forum”.

¹⁰ Tradução do inglês: “Digital Wildfires in a Hyperconnected World”.

desafios de governança global e perigo que alguns governos possam usar restrições bem intencionadas à desinformação para limitar a liberdade de expressão.

De acordo com o Relatório Global de Riscos (2013), a desinformação são todas as formas de informações falsas, imprecisas ou enganadoras criadas, apresentadas e promovidas para causar prejuízo de maneira proposital ou para fins lucrativos. A desinformação é uma das principais ameaças à sociedade, denominada, em inglês *wildfire*. Segundo o relatório do Fórum, é equivalente, no mundo real, a gritar "fogo" em um teatro lotado; mesmo que leve somente um minuto ou dois para que se perceba que não há fogo, nesse momento as pessoas podem já ter sido feridas na corrida até a saída.

Com a explosão das redes sociais, a comunicação se organiza a partir da relação entre um emissor e muitos receptores. Nesse sentido, a internet proporciona, em primeiro lugar, a multiplicidade e heterogeneidade das conexões. Como o vivenciar é líquido e, no minuto seguinte, estamos vivenciando outra postagem, o tempo necessário para o cérebro verificar a veracidade do fato narrado fica prejudicado, pois na maioria das vezes, os consumidores compartilham a informação apenas pelo título, sem se dar o trabalho de ler o texto completo ou mesmo verificar a fonte de informação (FERRARI, 2017).

Diante desse cenário, é mais fácil acreditar e se identificar com as informações prontas com as quais já está habituado do que as informações científicas. A desinformação, mentira, sensacionalismos e pós-verdade, ganham espaço e terreno fértil, se espalhando não só nas conversas presenciais, mas também em comunicações a distância, sobretudo em postagens nas redes sociais digitais. A verdade, nem sempre é agradável ou compatível com as expectativas das pessoas (BRISOLA; ROMEIRO, 2018).

A desinformação polui o debate e cria incertezas e desconfiança, o que parece ser ainda mais perigoso é a capacidade que essa poluição tem de alimentar e ampliar a polarização de opiniões na sociedade. Talvez a polarização seja a infecção enquanto a desinformação seja apenas uma de suas febres (RAIS, 2018).

É de suma importância a criação de práticas que garantem a aprendizagem, os direitos, a participação política e a mobilização para melhorias. São grandes as dificuldades da sociedade da desinformação, segregada e excluída das modificações provocadas pelo conhecimento (DUARTE, 2018).

4.5.1 Desinformação no jornalismo

Desde o século XVI, o jornalismo busca formas de atrair os leitores com suas notícias. Com a criação das mídias tradicionais, como a televisão, rádio, jornais, revistas, eventos e com a chegada da publicidade no século XIX, esta situação só aumentou. Foi aí que a função social do jornalismo se confundiu com o desejo de lucrar através de noticiários (DEODATO; SOUSA, 2018).

De acordo com Deodato e Sousa (2018), vivemos em uma sociedade do espetáculo, onde há um enorme consumo de realidades imaginárias. Assim, as notícias sensacionalistas passaram a se disseminar de maneira rápida, tornando-se um dos produtos mais rentáveis para os jornais. Vender notícias, independentemente de ser reais ou não, tem chamado mais atenção do público.

A imprensa tradicional manipula a notícia de muitas formas diferentes, o que resultou na criação da expressão *Rudeljournalismus*, alusiva a uma forma de trabalho midiático com uma certa liderança que se encaminha para um compromisso que não é o da informação, tampouco da cultura, tampouco da formação. A notícia que é dada com fins ideológicos, com natureza de propaganda, com perseguição pessoal ou de grupos, ou com atos de enaltecimento de outros causa descrença na mídia (NERY JUNIOR; NERY, 2018).

De acordo com Nery Junior e Nery (2018), a seriedade jornalística também é afetada quando a notícia é dada de forma divertida, ilusória para destruir a imagem de pessoas ou de empresas por opiniões que não se estribam em fatos. Também o descrédito se revela quando o intuito da notícia é o de incentivo ao consumo, de enaltecimento ou depreciamento de empresas, de busca de seguidores, de divulgação de méritos de entidades e de divulgação constante e diária de notícia desprestigiada de valores éticos, morais, religiosos e ideológicos de pessoas e instituições.

Um veículo de imprensa será tido como confiável na medida em que, ao dar a notícia, informa, descrevendo o fato a partir de todos os ângulos de interesse; põe à disposição do destinatário da notícia elementos para a formação de opinião própria e transmite mensagens que agregam conhecimento e acréscimo cultural (NERY JUNIOR; NERY, 2018).

O jornalismo digital tem ganhado mais força e, em muitos casos, substituindo as publicações em papel. Algumas vantagens do jornal digital são a praticidade, basta ter um aplicativo do jornal em seu celular, ou até acessá-lo através do computador e assim saberá das

notícias do dia; a sustentabilidade; e a dinâmica. Através do jornal digital é possível acessar diversos outros jornais com diversas informações, basta ter cautela para selecionar os jornais confiáveis e evitar a desinformação. A capacidade de ler diversos materiais de temas diversificados tem suma importância na informação (FERREIRA, 2018).

O jornalista tem um compromisso com a verdade pois a população consome suas notícias, e as mesmas devem ser informações verdadeiras e esclarecedoras, e que estas informações consigam proporcionar-lhes o poder de exercer sua cidadania, como exigir direitos e cumprir seus deveres. Mas isso não acontece sempre, pois nos últimos anos qualquer pessoa que possua um aparelho celular conectado à internet pode divulgar textos, fotografias, vídeos, ou seja, notícias que se aproximam de conteúdo jornalístico, abrindo espaço para a disseminação de desinformação (DEODATO; SOUSA, 2018).

A própria imprensa juntamente com o Estado e a sociedade, poderiam cada vez mais incentivar e divulgar meios que permitam aos usuários verificar o conteúdo pois vivemos em um mundo em que as notícias falsas encontram nas redes sociais um campo fértil e, consequentemente, medram (RAIS, 2018).

4.5.2 Desinformação nas redes sociais

Nos últimos tempos, as notícias falsas vêm crescendo cada vez mais através da publicação em ferramentas de comunicação da Internet, atingindo um público cada vez mais abrangente. Redes sociais e aplicativos de troca de mensagens se tornaram os principais meios para a difusão de desinformação numa escala e rapidez inéditas, devido tanto ao compartilhamento proposital desse conteúdo, quanto a sua divulgação por usuários que desconheciam sua falsidade (SOUZA; TEFFÉ, 2018).

Através das redes sociais o cenário informacional se transforma, pois cada pessoa pode influenciar o outro através de postagens, atingindo milhares de usuários da plataforma. No passado, não seria possível adquirir tamanha amplitude, pois o custo de distribuição seria enorme, além da dificuldade em construir uma audiência cativa. A estrutura da internet tornou a propagação de notícias falsas algo economicamente rentável (SOUZA; PADRÃO, 2018?).

Conforme noticiado por Gragnani (2018), jornalista da British Broadcasting Corporation (BBC), uma das pesquisas realizadas por Márcio Ribeiro, Monitor do Debate Político no Meio Digital, da Universidade de São Paulo, contou com 2.520 respondentes e por

meio de um formulário *online* chegou-se a diversas conclusões sobre esses difusores de conteúdo. De acordo com a jornalista, os dados foram filtrados e restringidos aos boatos mais disseminados no Whatsapp¹¹, os pesquisadores reuniram 1.145 respostas de pessoas que confirmaram ter recebido variações de textos dizendo que a vereadora assassinada Marielle era ex-mulher do traficante Marcinho VP e que havia engravidado dele aos 16 anos.

Para Rais (2018), essa notícia é difusa e ainda assim conseguiu encontrar um espaço para circular predominantemente. Entre os variados grupos de WhatsApp em que a desinformação foi disseminada, o estudo constatou que o local em que mais se difundiu essa desinformação foi os, já conhecidos, grupos de família. O curioso é que há uma tendência que esses grupos reúnam pessoas que compõem uma espécie de círculo de confiança e, justamente ali, a desinformação parece encontrar campo fértil para a proliferação.

Outra proliferação de desinformação nas redes sociais foi a respeito do Zika vírus. Garcia (2017) pesquisou em seu mestrado sobre a circulação de notícias fraudulentas relacionadas à epidemia. O pesquisador chegou à conclusão que os boatos estavam relacionados com o desconhecimento em torno da própria doença, a desconfiança em relação às autoridades políticas e a falta de confiança no sistema de saúde no Brasil e a desconfiança em relação à ciência em geral.

Ribeiro (2018) realizou um trabalho de conclusão de curso a respeito das notícias falsas ou questionáveis compartilhadas em mídias sociais na era da pós-verdade. O objetivo do trabalho foi compreender o uso da informação científica nas mídias sociais como argumento para sustentar o posicionamento antivacinação e antivacina. A conclusão da autora foi a evidência da necessidade de maior senso crítico, da expansão da checagem de informação e a importância dos múltiplos letramentos como o informacional, midiático e científico, visando a formação de uma sociedade capaz de identificar e evitar o compartilhamento de notícias falsas.

A jornalista Claire Wandle (2017, tradução nossa)¹² criou uma lista de sete tipos de conteúdos com desinformação que podemos identificar e combater nas redes. São eles:

¹¹ Aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas, chamada de voz e compartilhamento de imagens, vídeos e documentos em PDF.

¹² Tradução do inglês:

1. Satire or parody : no intention to cause harm but has potential to fool;
2. False connection: when headlines, visuals or captions don't support the content;
3. Misleading content: misleading use of information to frame an issue or individual;
4. False context: when genuine content is shared with false contextual information;

1. Sátira ou paródia: sem intenção de causar mal, mas tem potencial de enganar;
2. Falsa conexão: quando manchetes, imagens ou legendas dão falsas dicas do que é o conteúdo realmente;
3. Conteúdo enganoso: uso enganoso de uma informação para usá-la contra um assunto ou uma pessoa;
4. Falso contexto: quando um conteúdo genuíno é compartilhado com um contexto falso;
5. Conteúdo impostor: quando fontes (pessoas, organizações, entidades) têm seus nomes usados, mas com afirmações que não são suas;
6. Conteúdo manipulado: quando uma informação ou ideia verdadeira é manipulada para enganar o público;
7. Conteúdo fabricado: feito do zero, é 100% falso e construído com intuito de desinformar o público e causar algum mal.

De acordo com Souza e Padrão (2018?), podemos dividir os sites e redes que compartilham desinformação em quatro categorias distintas:

1. Os que intencionalmente buscam enganar através de manchetes tendenciosas;
2. Os de reputação razoável que compartilham boatos em larga escala sem verificar corretamente os fatos;
3. Os que relatam de forma tendenciosa fatos reais, manipulando a informação;
4. Os que humoristicamente trabalham com situações hipotéticas.

É importante ter um zelo e prezar pelas informações circulantes, especialmente a nossa própria prática de compartilhamento em mídias sociais e seus fenômenos correlatos, como a desinformação e a qualidade da informação, a fim de evitar a disseminação de informações infundadas e seus efeitos indesejados (CONDE; ALCARÁ, 2018).

4.6 O papel do bibliotecário no apoio contra a desinformação

Segundo Souza e Teffé (2018), a desinformação representa um problema complexo pois é necessário o envolvimento de diversos sujeitos da área tecnológica, governo, mercado e sociedade civil para que seja possível a sua inibição e combate. Nesse cenário, iniciativas ligadas à educação digital e informacional dos cidadãos parecem instrumentos relevantes para a formação de uma consciência mais crítica.

É importante a existência de tipos de processos de aprendizado social capazes de criar incentivos para que as pessoas não confiem cegamente em tudo o que aparece nas mídias sociais e adotem uma atitude com maior cautela e prudência na checagem de fatos, de modo a evitar a disseminação das notícias falsas (MACEDO JÚNIOR, 2018).

5. Imposter content: when genuine sources are impersonated;
 6. Manipulated content: when genuine information or imagery is manipulated to deceive
 7. Fabricated content: new content is 100% false, designed to deceive and do harm.

De acordo com Lima C.C. e Lima K. (2009), o bibliotecário é considerado como o gestor da informação em meio ao mundo globalizado, onde a profissão encontra-se fundamentada num conjunto de conhecimentos aplicados a diversos ramos de atividades. Este profissional tem a função de facilitar o acesso aos recursos informacionais tornando o processo de organização e recuperação mais rápido e acessível à sociedade.

O bibliotecário atua como mediador da informação, tendo também um forte papel de educador, contribuindo para uma sociedade leitora e cidadã. Botelho (2012) diz que, enquanto agente social, o bibliotecário tem a responsabilidade de encorajar o processo de mobilização popular pela busca do conhecimento, dessa forma, evitando que as pessoas possam acreditar e disseminar notícias falsas.

A sociedade vive na era pós-verdade e isso se torna um grande desafio para os profissionais da informação, pois a aceitação de informação científica falsa sem a verificação da fonte tem em sua base o apelo para as emoções e crenças muito particulares e diversas dos usuários. Nesse cenário, o estudo de usuários com viés cognitivistas quanto às habilidades comunicacionais do profissional da informação é como um caminho possível de exercício de mediação (SOUSA, 2017).

De acordo com Valéria Valls, professora do curso de Biblioteconomia da Faculdade de Educação Superior do Paraná (FESP), em uma entrevista para Tainara Rebelo (2019) do portal Universo Online (UOL), o bibliotecário é o Sherlock Holmes da internet, ou seja, ele consegue localizar informações em fontes seguras. Ele desenvolve essa competência na faculdade, tanto em fontes de informação quanto em recuperação da informação com lógica avançada e está habilitado a apoiar as organizações na identificação de notícias falsas, desinformação e inclusive plágio.

Com a crescente desinformação, principalmente com as redes sociais, o bibliotecário deve dominar a competência em informação e passá-la adiante. De acordo com Santos, Duarte e Lima (2014, p. 38), “na sociedade da informação os sujeitos que possuem habilidades e competências em buscar, acessar, recuperar, compartilhar e se apropriar da informação, destacam-se em relação a outros sujeitos”. Com a alfabetização informacional, a informação se torna um elemento de valor para a sociedade, pois é capaz de gerar conhecimento.

Segundo Cunha e Cavalcanti (2008, p. 10), o termo “alfabetização informacional” é o

conjunto de competências que uma pessoa possui para identificar a informação, manipular fontes de informação, elaborar estratégias de busca e localizar a informação, bem como avaliar as fontes de informação. A competência em informação, considerada como um processo que tem por finalidade desenvolver competências e habilidades informacionais para aprimorar o pensamento crítico e analítico das pessoas em relação ao universo informacional, pode ser implementada e desenvolvida em bibliotecas por meio de programas com o apoio de mediadores - bibliotecários e professores. Por ser um processo que envolve o desenvolvimento e aprimoramento de atitudes relativas à busca, recuperação, avaliação e disseminação da informação, a mediação da informação é inerente à competência em informação, já que é uma ação de interferência.

A biblioteca é como um espaço de confiança da comunidade em relação às notícias falsas, pois é considerado um espaço livre dessas notícias e que, por sua vez, é gerido por um profissional da informação, o bibliotecário. É essencial o auxílio dos bibliotecários para a alfabetização informacional a fim de ajudar as pessoas que estejam fora de um ambiente educacional e os migrantes digitais. Torna-se necessário planejar programas de formação informacional para o exercício da cidadania com o objetivo de ajudar as pessoas a identificar a desinformação que chegam por distintos meios e a desenvolver o pensamento crítico (BIBLIOO, 2018).

Souza e Teffé (2018, p.185) apresentam dicas para que as pessoas saibam identificar com maior precisão conteúdos falsos ou de alguma maneira manipulados. São elas:

1. Seja cético com manchetes, principalmente se apresentarem mensagens apelativas, chocantes ou sensacionalistas;
2. Leia a história integralmente e busque a mesma em outras fontes;
3. Verifique atentamente a URL do conteúdo. Uma URL semelhante à de um site com credibilidade pode ser um sinal de alerta para notícias falsas;
4. Clique fora da história para investigar o site, sua missão e contato;
5. Notícias falsas frequentemente contêm erros ortográficos e apresentam layouts estranhos;
6. Confira as datas da publicação com cuidado. Falta de evidências e de fontes de apoio sobre os fatos bem como referências a especialistas desconhecidos podem ser uma indicação de notícias falsas;
7. A história é uma farsa ou uma brincadeira? Algumas vezes, as notícias falsas podem ser fruto de uma expressão humorística, de forma que se faz importante tanto pesquisar o site quanto o autor do conteúdo;
8. Avalie se concepções pessoais e subjetivas estão influenciando indevidamente a sua percepção sobre o conteúdo da notícia;
9. Dê uma olhada como as agências de fact-checking (responsáveis por checar fatos, isto é, confrontar histórias com dados, pesquisas e registros) estão avaliando o conteúdo em questão.

A Federação Internacional das Associações e Instituições Bibliotecárias (IFLA, 2018) publicou um infográfico disponível em 42 idiomas com dicas para ajudar as pessoas a identificarem notícias falsas. As orientações versam sobre checar a fonte e data das notícias, ler além do título e se certificar de que a notícia não se trata de uma piada.

Figura 2: Infográfico da IFLA de como identificar notícias falsas na versão em português



Fonte: IFLA (2018).

A declaração de Lyon (2014) sobre o acesso à informação e desenvolvimento, citou alguns intermediários da informação, como bibliotecas, arquivos, organizações da sociedade civil, líderes comunitários e os meios de comunicação podem ajudar os governos, instituições e indivíduos a comunicar, organizar, estruturar e compreender os dados que são fundamentais para o desenvolvimento.

Segundo a declaração, algumas formas de ajudar são:

1. Fornecendo informações sobre os direitos básicos, serviços públicos, meio ambiente, saúde, educação, oportunidades de trabalho e despesa pública que apoie às comunidades locais e pessoas para orientar o seu próprio desenvolvimento;

2. Identificando e focando a atenção nas necessidades e problemas relevantes e urgentes entre a população;
3. Conectando os interessados para além das barreiras regionais, culturais e outras para facilitar a comunicação e o intercâmbio de soluções de desenvolvimento que possam promover um maior impacto;
4. Preservando e garantindo o acesso permanente ao patrimônio cultural, aos registros governamentais e às informações, por meio da gestão das bibliotecas e arquivos nacionais e outras instituições de patrimônio público;
5. Proporcionando fóruns e espaços públicos para uma maior participação da sociedade civil e o envolvimento na tomada de decisões;
6. Oferecendo treinamento e desenvolvendo habilidades para ajudar as pessoas a acessar e compreender as informações e os serviços mais úteis para elas (LYON, 2014).

É preciso que as pessoas criem o hábito de identificar e reportar conteúdos falsos ou indevidos, principalmente nas redes sociais, local de grande número de usuários, com alto compartilhamento de informação e de difícil controle sobre o que é postado. Devem ser promovidas campanhas de capacitação de usuários sobre o tema para auxiliar na identificação de postagens fraudulentas (SOUZA; TEFFÉ, 2018).

Um dos caminhos para escapar das notícias falsas e seus efeitos é a alfabetização digital (media literacy). Por meio da educação e do uso responsável das redes sociais, é possível evitar a desinformação. É de um caminho longo, demorado e que demanda esclarecimento e esforço coletivo em repudiar notícias falsas e estimular a busca por fontes alternativas e seguras de informação (BRANCO, 2017).

Outro caminho utilizado é o *fact-checking*, ou seja, uma checagem de fatos, um confronto de histórias com dados, pesquisas e registros. A checagem de fatos é uma forma de qualificar o debate público por meio da apuração jornalística. De checar qual é o grau de verdade das informações (FONSECA, 2017).

4.6.1 Alfabetização digital

Para evitar que as pessoas tenham um pensamento estereotipado típico da semi formação e extremamente afeito às práticas do preconceito e da rotulação dos comportamentos das pessoas, é necessário trabalhar os questionamentos críticos que implicariam em transformações significativas nas ideias, nos valores e nos comportamentos dos indivíduos (ZUIN; ZUIN, 2017).

De acordo com Zuin e Zuin (2017), esse tipo de mentalidade seria o produto de uma sociedade cujos participantes teriam cada vez mais problemas em estabelecer relações entre

os conteúdos, a ponto de dificilmente poder refletir sobre as condições sócio-históricas que determinariam suas configurações. Essa discussão pedagógica reflete no atual mundo midiático, onde é necessário o aprendizado do uso de tecnologias, mais conhecido como “alfabetização crítica da mídia”, principalmente em relação à mídia digital.

O processo de alfabetização crítica estimula tanto a leitura quanto a discussão crítica dos conteúdos compartilhados, principalmente mediante o uso contínuo e das redes sociais. Kellner e Share (2007, p.65, tradução nossa)¹³, apresentam os seguintes pressupostos conceituais:

1. Reconhecimento da construção de mídia e comunicação como um processo social em oposição a aceitar textos como isolados transportadores de informação neutra ou transparente;
2. Algum tipo de análise textual que explora as linguagens, gêneros, códigos e convenções do texto;
3. O papel que o público desempenha na negociação de significados;
4. Problematicar o processo de representação para descobrir e envolver questões de ideologia, poder e prazer;
5. Exame da produção e instituições que motivam e estruturam as indústrias de mídia como empresas em busca de lucro.

A educação sobre mídia deve ser vista como um pré-requisito indispensável. As pessoas precisam estar equipadas para entender e criticar os conteúdos compartilhados. O uso efetivo da mídia na educação depende, portanto, do desenvolvimento de uma forma de alfabetização crítica da mídia que vai muito além de um treinamento sobre como operar hardware ou software (BUCKINGHAM, 2007).

Habilidades de produção e análise crítica multimidiática correspondem de forma aproximada a habilidades tradicionais de produção textual e de leitura crítica. As pessoas devem estar abertas a aprender, pois sempre vão surgir conteúdos diferentes como imagens fotográficas de arquivos, vídeo clips, efeitos sonoros, voz em áudio, música, animação, ou representações mais especializadas (fórmulas matemáticas, gráficos e tabelas etc.). São muitas as transformações do século XXI durante a revolução tecnológica da informação, por isso é necessário colocar na frente os letramentos mais avançados e diversos de hoje (LEMKE, 2010).

¹³ Tradução do inglês:

1. recognition of the construction of media and communication as a social process as opposed to accepting texts as isolated neutral or transparent conveyors of information;
2. some type of textual analysis that explores the languages, genres, codes, and conventions of the text;
3. an exploration of the role audiences play in negotiating meanings;
4. problematizing the process of representation to uncover and engage issues of ideology, power, and pleasure;
5. examination of the production and institutions that motivate and structure the media industries as corporate profit seeking businesses.

4.7 Checagem de fatos

O *fact-checking*, em português checagem de fatos, se tornou um aspecto proeminente da cobertura de notícias políticas, mas emprega uma variedade de práticas metodológicas questionáveis, como tratar uma declaração contendo múltiplos fatos como se fosse um fato único e categorizar previsões precisas ou imprecisas de eventos que ainda vão ocorrer (USCINSKI; BUTLER, 2013). A checagem de informações é feita nas mídias como jornais, blogs, programas de TV e redes sociais.

A Agência Pública¹⁴ tem um projeto de checagem de fatos chamado Truco¹⁵. Nesse projeto, verificam-se as falas, correntes e informações em circulação na Internet ou em redes sociais para saber se são verdadeiras ou não. O objetivo do projeto é aprimorar o discurso público e a democracia, tornando políticos e personalidades públicas mais responsáveis por suas declarações. A preocupação permanente do Truco é analisar diferentes discursos e pontos de vista, sem qualquer distinção partidária ou ideológica.

A metodologia das checagens do projeto Truco segue o mesmo roteiro. Primeiro, é selecionada uma frase que possa ser verificada. Para isso, é preciso que contenha um dado, faça referência a leis, permissões, proibições, situações verificáveis ou traga afirmações categóricas. Dentre as várias declarações que podem ser analisadas, são escolhidas apenas as que têm relevância para o debate público. Um rodízio entre as personalidades e autoridades verificadas é feito para manter o equilíbrio da cobertura e garantir que todos sejam fiscalizados.

Em seguida, a equipe do projeto entra em contato com o autor da frase e pede para que forneça a fonte da informação. Paralelamente, eles procuram outras fontes, oficiais ou não, e, se necessário, recorrem a especialistas. A apuração é comparada com os dados fornecidos e, com isso, a afirmação é classificada. Um selo, que mostra o resultado da checagem, é atribuído. Por fim, a equipe volta a entrar em contato com o autor da frase e dá uma última chance para que se explique, diante da conclusão.

¹⁴Primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil. Disponível em: <<https://apublica.org/>>.

¹⁵Disponível em: <<https://apublica.org/checagem/>>.

Figura 3: Selos da Agência pública para classificar as informações checadas



Fonte: Agência Pública (2018).

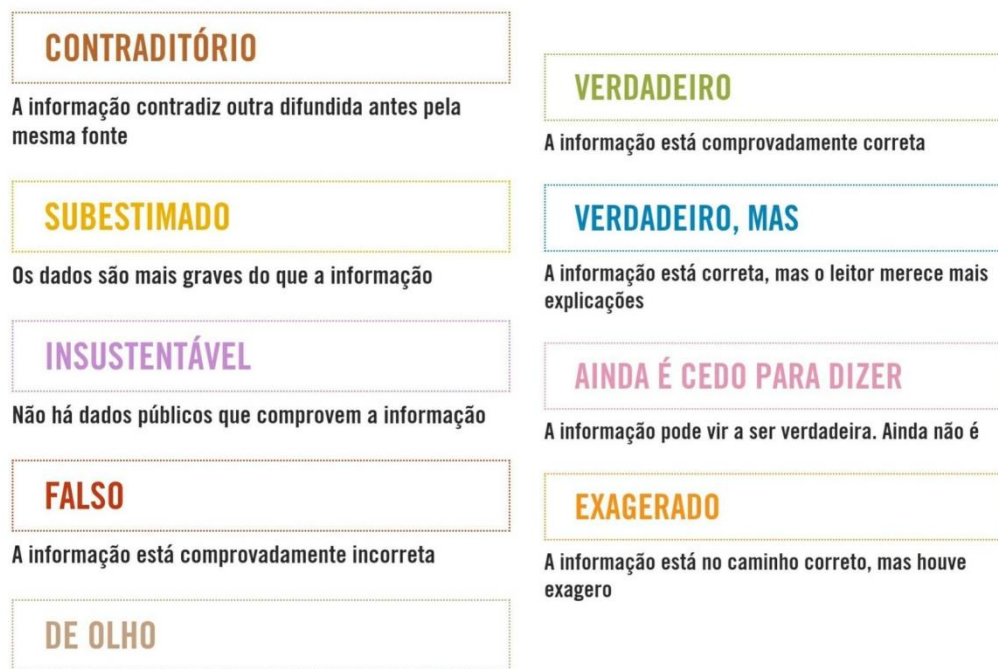
Outra agência de checagem de fatos brasileira é a Lupa.¹⁶ A metodologia da agência inicia com a observação diária do que é dito por políticos, líderes sociais e celebridades, em jornais, revistas, rádios, programas de TV e na Internet. Ao selecionar a frase em que pretende trabalhar, a equipe da Lupa adota três critérios de relevância. Dá preferência a afirmações feitas por personalidades de destaque nacional, a assuntos de interesse público e/ou que tenham ganhado destaque na imprensa ou na Internet recentemente. Preocupa-se, portanto, com “quem fala”, “o que fala” e “que barulho faz”.

Uma vez decidida a frase/conteúdo que será checado, o repórter da Lupa faz um levantamento de “tudo” que já foi publicado sobre o assunto. Consulta jornais, revistas e sites. Depois, se debruça sobre bases de dados oficiais e inicia o processo de garimpo de informações públicas. Para concluir seu trabalho, o repórter pode recorrer à análise de especialistas para contextualizar o assunto e evitar erros de interpretação de dados. Para concluir, assim como a Agência pública, a equipe da Lupa solicita uma posição oficial

¹⁶Disponível em <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>>.

daquele que foi checado, dando-lhe oportunidade para se explicar. São atribuídos selos para classificar as checagens.

Figura 4: Selos da Agência Lupa para classificar as informações checadas



Fonte: Agência Lupa (2018)

De acordo com a Agência Lupa (2018), é importante entregar a seus leitores um texto objetivo, repleto de links que o ajudarão a reconstruir o caminho percorrido pelo chegador e a entender suas conclusões. A checagem de fatos contribui para que as pessoas não caiam em boatos e notícias falsas na internet, dessa forma colocando a veracidade dos fatos em primeiro lugar.

5. METODOLOGIA

De acordo com Prodanov e Freitas (2013, p.14), a metodologia é compreendida como “uma disciplina que consiste em estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica”. O encaminhamento e a resolução do problema da pesquisa serão possíveis a partir da metodologia que vai examinar, descrever e avaliar métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações.

A aplicação de técnicas e procedimentos na metodologia possibilita a construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade (PRODANOV; FREITAS, 2013).

5.1 Delineamento da pesquisa

A pesquisa possibilita uma aproximação e um entendimento da realidade a investigar. Processa-se por meio de aproximações sucessivas da realidade, fornecendo-nos subsídios para uma intervenção no real. A pesquisa científica é o resultado de um inquérito ou exame minucioso e tem como objetivo encontrar respostas para determinadas questões propostas para o desenvolvimento de um experimento ou estudo, de maneira a produzir novos conhecimentos que visem o benefício da ciência (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009).

5.1.1 Definição do tipo de pesquisa quanto aos objetivos.

A pesquisa é exploratória, pois busca, por meio de métodos e critérios, uma proximidade da realidade do objeto estudado. Este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009).

A grande maioria dessas pesquisas envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão. Essas pesquisas podem ser classificadas como: pesquisa bibliográfica e estudo de caso (GIL, 2007).

5.1.2 Definição do tipo de pesquisa quanto à abordagem.

A abordagem da pesquisa é qualitativa, ou seja, não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com a compreensão de um grupo social ou de uma organização. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria. Nesta perspectiva, na qual o objeto das ciências sociais deve ser estudado tal qual o das ciências físicas, a pesquisa é uma atividade neutra e objetiva, que busca descobrir regularidades ou leis, em que o pesquisador não pode fazer julgamentos nem permitir que seus preconceitos e crenças contaminem a pesquisa (GOLDENBERG, 2004).

De acordo com Silveira e Córdova (2009), os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar o motivo de cada coisa, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores, pois os dados analisados são não-métricos e se valem de diferentes abordagens.

A pesquisa qualitativa, portanto, vai resolver questões particulares ligadas a aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. Para Minayo (2002, p. 21-22), a pesquisa qualitativa está associada ao “universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”.

Silveira e Córdova (2009, p. 32) listam as seguintes características da pesquisa qualitativa:

- objetivação do fenômeno;
- hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno;
- observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural;
- respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos;
- busca de resultados os mais fidedignos possíveis;
- oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências.

5.1.3 Definição do tipo de pesquisa quanto à natureza

A natureza da pesquisa é aplicada. Para Silveira e Córdova (2009 p. 35), “a pesquisa aplicada objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais”.

5.1.4 Definição do tipo de pesquisa quanto aos procedimentos técnicos

Os procedimentos técnicos estão relacionados à maneira pela qual obtemos os dados necessários para a elaboração da pesquisa. O planejamento da pesquisa, que envolve a diagramação, previsão de análise e interpretação de coleta de dados, é chamado de delineamento. Podem ser definidos dois grandes grupos de delineamentos: aqueles que se valem das chamadas fontes de papel como a pesquisa bibliográfica e pesquisa documental; e aqueles cujos dados são fornecidos por pessoas como a pesquisa experimental, pesquisa *ex-postfacto*, o levantamento, o estudo de caso, a pesquisa-ação e a pesquisa participante (PRODANOV; FREITAS, 2013).

O delineamento dessa pesquisa é o estudo de caso, prática que consiste em coletar e analisar informações sobre determinado indivíduo, uma família, um grupo ou uma comunidade, a fim de estudar aspectos variados de acordo com o assunto estudado. É um tipo

de pesquisa qualitativa e/ou quantitativa, entendido como uma categoria de investigação que tem como objeto o estudo de uma unidade de forma aprofundada, podendo tratar-se de um sujeito, de um grupo de pessoas ou de uma comunidade (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Martins (2006, p. 11-12, apud PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 61) ressalta que “como estratégia de pesquisa, um Estudo de Caso, independentemente de qualquer tipologia, orientará a busca de explicações e interpretações convincentes para situações que envolvam fenômenos sociais complexos”, e, também, a elaboração “de uma teoria explicativa do caso que possibilite condições para se fazerem inferências analíticas sobre proposições constatadas no estudo e outros conhecimentos encontrados”.

5.2 Definição da população/amostra

O estudo de caso será realizado em um jornal digital de Brasília, versão de jornal que cria mais oportunidades de interação nas publicações e apresenta notícias de última hora de forma mais oportuna.

Para a seleção do jornal digital, foi feito um levantamento dos jornais de Brasília e foram selecionados 40 jornais para a aplicação dos seguintes critérios:

- Ser ou ter uma versão digital do jornal;
- Ter uma página no Facebook com interação dos leitores;
- Atualização diária da página (As páginas que não tem atualização diária não passam para o próximo critério);
- Quantidade de curtidas da página.

Depois do levantamento dos critérios, foi selecionado o jornal que se encaixasse nos respectivos critérios, ou seja, o jornal digital que possua uma página no Facebook com atualização diária e um número relevante de curtidas, para ser o objeto de estudo da pesquisa.

Quadro 2: Jornais digitais de Brasília

Jornais digitais de Brasília	Tem página no Facebook?	Link	A atualização é diária?	Quantidade de curtidas na página (11/05)
ABC politiko	Não	X	X	X
Alô Brasília	Sim	https://www.facebook.com/jornalalobrasilia/	Sim	7.548

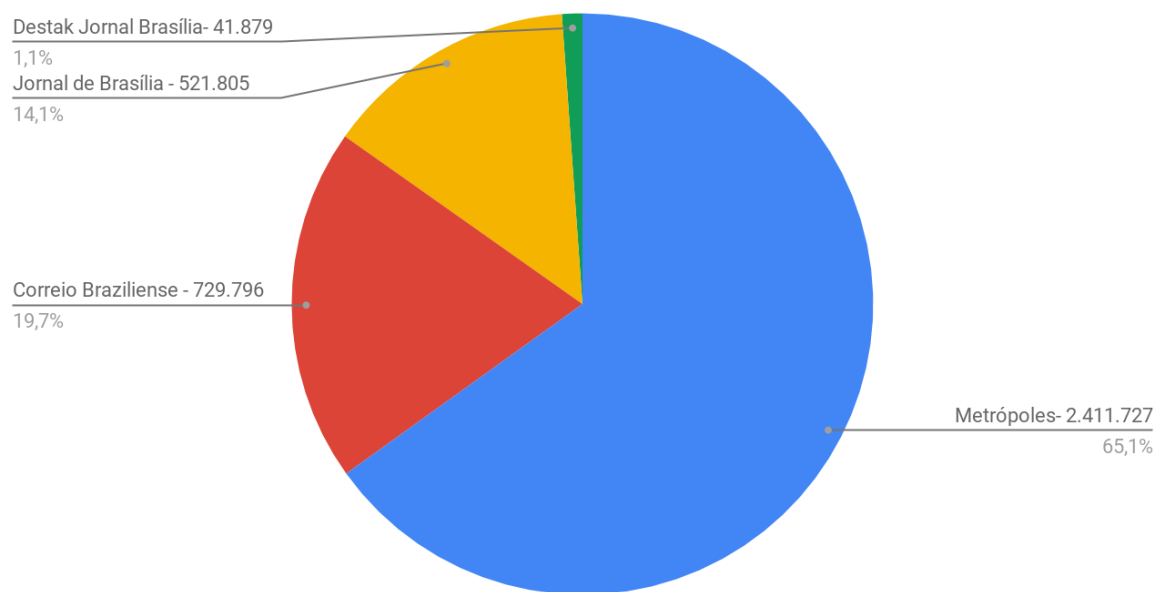
Brasília em dia	Não	X	X	X
Câmara em pauta	Não	X	X	X
Clica Brasília	Não	X	X	X
Correio Braziliense	Sim	https://www.facebook.com/correiobrasiliense/	Sim	729.796
Correio web	Não	X	X	X
Destak jornal Brasília	Sim (página geral)	https://www.facebook.com/destakbrasil/	Sim	41.879
DF news	Não	X	X	X
Direto do Planalto	Sim	https://www.facebook.com/DiretoDoPlanalto/?ref=br_rs	Sim	19.923
Em tempo real	Não	X	X	X
Estação notícia	Sim	https://www.facebook.com/estacaodanoticia1/?ref=br_rs	Sim	819
Fatorama	Não	X	X	X
Folha Centro Oeste	Não	X	X	X
Folha da comunidade	Sim	https://www.facebook.com/folhadacomunidade/?fref=nf	Não	X
Folha de Brasília	Sim	https://www.facebook.com/folhadebrasil/?ref=br_rs	Não	X
Guardian Notícias	Não	X	X	X
Jornal Brasil	Não	X	X	X
Jornal Brasília	Sim	https://www.facebook.com/jornalbrasilia/	Não	X

Agora		cebook.com/BsBAGora/		
Jornal Brasília capital	Sim	https://www.facebook.com/jornal.brasiliacapital/?ref=br_rs	Sim	26.158
Jornal Brasília entorno	Sim	https://www.facebook.com/APdeBF/	Não	X
Jornal Cidade em Foco	Sim	https://www.facebook.com/jornalcidadeemfoco/?ref=br_rs	Não	X
Jornal correio do planalto	Sim	https://www.facebook.com/Correio-do-Planalto-950329065004725/?ref=br_rs	Não	X
Jornal da Asa Norte	Não	X	X	X
Jornal de Brasília	Sim	https://www.facebook.com/jornaldebrasil/	Sim	521.805
Jornal Estação news	Sim		Não	X
Jornal DF Brasil	Não	X	X	X
Jornal Local	Sim	https://www.facebook.com/jornallocal/?ref=br_rs	Não	X
Jornal Metro Brasília	Não	X	X	X
Jornal na Hora H	Sim	https://www.facebook.com/jornalnahorah/	Não	X
Jornal o repórter	Não	X	X	X
Jornal regional	Sim	https://www.facebook.com/ra	Não	X

		dioregional/		
Mais DF	Sim	https://www.facebook.com/maisdfnoticias/?ref=br_rs	Não	X
Metrópoles	Sim	https://www.facebook.com/metropolesdf/?ref=br_rs	Sim	2.411.727
Notícias em Brasília	Não	X	X	X
Politicall	Não	X	X	X
Raciocínio Crítico	Não	X	X	X
Radar Df	Sim	https://www.facebook.com/porta.radar.df/	Sim	7.237
Revista Eco (encontro) Brasília	Sim	https://www.facebook.com/ecobrasilia1	Não	X
Tribuna do Brasil	Não	X	X	X

Dos jornais digitais que se encaixam nos 4 critérios, os quatro mais relevantes, de acordo com as curtidas, são apresentados a seguir.

Gráfico 2: Quantidade de curtidas nas páginas do jornais no Facebook



O título do jornal de Brasília mais relevante de acordo com as curtidas é o Metrôpoles, jornal diário online brasileiro fundado em 8 de setembro de 2015 voltado para a cobertura jornalística do Brasil, principalmente da vida na capital e cidades satélites do Distrito Federal, em seus variados aspectos, com forte ênfase na prestação de serviços. No mês em que completou três anos de existência, o veículo foi acessado por 25,3 milhões de usuários únicos que visualizaram 173 milhões de páginas, de acordo com o Google Analytics. De acesso gratuito e com equipe de quase 200 profissionais baseados em Brasília, o veículo tornou-se a fonte de informação mais acessada do Distrito Federal, estando entre os 10 maiores sites de notícia do país, segundo a comScore¹⁷.

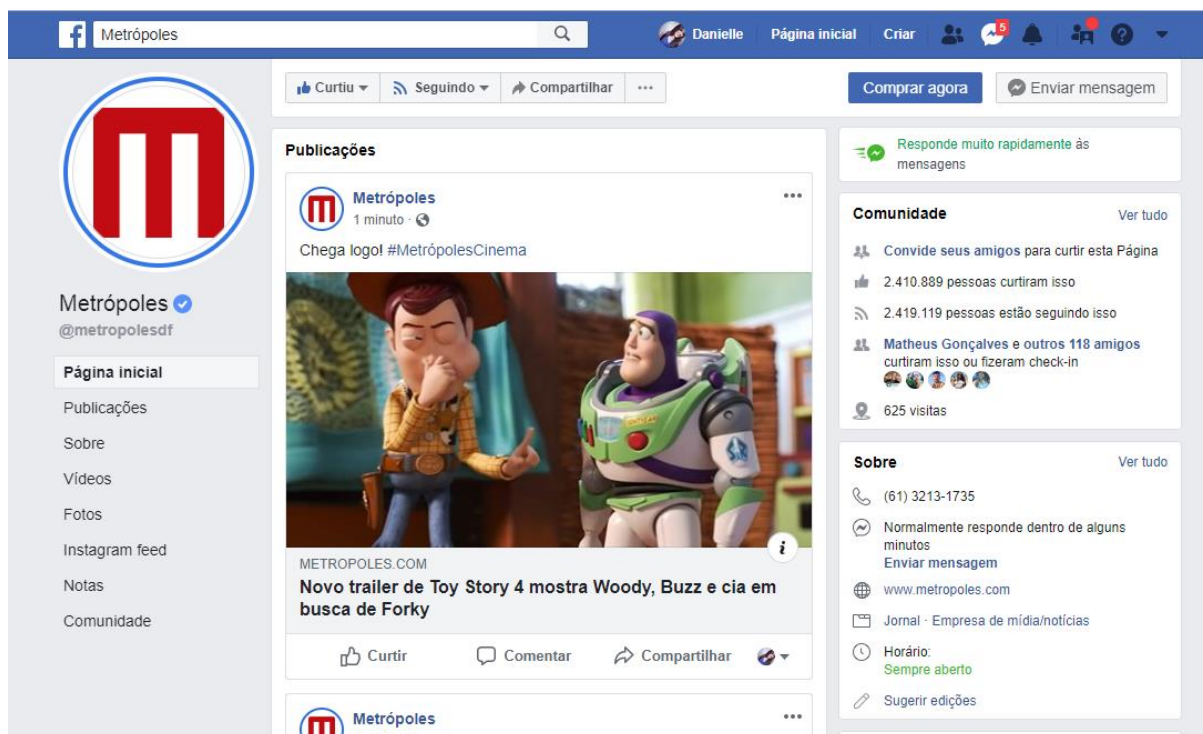
Nos últimos três anos, o jornal ganhou importantes prêmios de jornalismo nacionais e internacionais como os do Ministério Público do Trabalho (MPT), Confederação Nacional dos Transportes (CNT), Confederação Nacional da Indústria (CNI), Associação Nacional dos Transportadores de Passageiros sobre Trilhos (ANPTrilhos), Engenho de Comunicação. Em setembro, o veículo foi indicado ao Prêmio Gabriel Garcia Márquez pela cobertura dos massacres em presídios brasileiros, na categoria inovação.

¹⁷ Empresa dos Estados Unidos de análise da internet que fornece a grandes empresas, agências de publicidade e de mídia do mundo.

Figura 5: Interface no site Metrôpoles



Figura 6: Página do Facebook do Metrôpoles



6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

6.1 Escolha do tema analisado

O tema escolhido para análise foi a violência contra a mulher e o feminicídio. Esses tipos de crimes vêm crescendo cada vez mais no Brasil. Todos os dias, um número significativo de mulheres, jovens e meninas são submetidas a alguma forma de violência no Brasil. Assédio, exploração sexual, estupro, tortura, violência psicológica, agressões por parceiros ou familiares, perseguição, feminicídio. Sob diversas formas e intensidades, a violência de gênero é recorrente e se perpetua nos espaços públicos e privados, encontrando nos assassinatos a sua expressão mais grave.

O feminicídio é a instância última de controle da mulher pelo homem: o controle da vida e da morte. Ele se expressa como afirmação irrestrita de posse, igualando a mulher a um objeto, quando cometido por parceiro ou ex-parceiro; como subjugação da intimidade e da sexualidade da mulher, por meio da violência sexual associada ao assassinato; como destruição da identidade da mulher, pela mutilação ou desfiguração de seu corpo; como aviltamento da dignidade da mulher, submetendo-a a tortura ou a tratamento cruel ou degradante. Comissão Parlamentar Mista de Inquérito sobre Violência contra a Mulher (Comissão parlamentar mista de inquérito- Violência contra as mulheres¹⁸, 2013).

Doze mulheres são assassinadas todos os dias, em média, no Brasil. É o que mostra um levantamento feito por Velasco, Caesar e Reis (2018) para o G1, considerando os dados oficiais dos estados relativos a 2017. São 4.473 homicídios dolosos, sendo 946 feminicídios, ou seja, casos de mulheres mortas em crimes de ódio motivados pela condição de gênero.

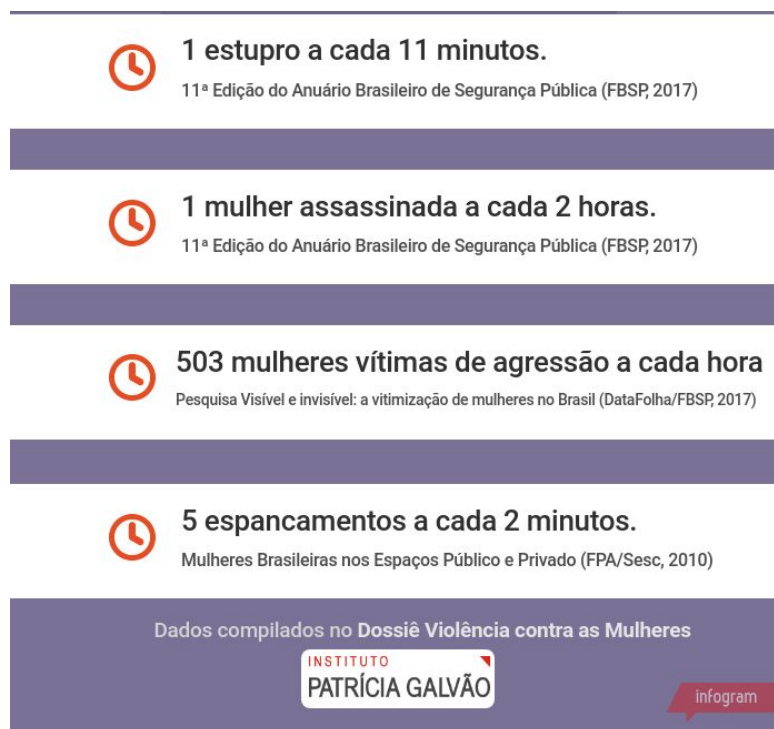
A Comissão Interamericana de Direitos Humanos (CIDH) manifestou, por meio de nota publicada em fevereiro, preocupação quanto à elevada incidência de assassinatos de mulheres no Brasil no início deste ano. Segundo a comissão, 126 mulheres foram mortas em razão de seu gênero no país desde o início do ano, além do registro de 67 tentativas de homicídio.

O Brasil ocupa o 5º lugar no ranking mundial de feminicídio, segundo o Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos (ACNUDH). O país só perde para El Salvador, Colômbia, Guatemala e Rússia em número de casos de assassinato de

¹⁸ Comissão parlamentar mista de inquérito- Violência contra as mulheres. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/institucional/omv/entenda-a-violencia/pdfs/relatorio-final-da-comissao-parlamentar-mista-de-inquerito-sobre-a-violencia-contra-as-mulheres>>.

mulheres. Em comparação com países desenvolvidos, aqui se mata 48 vezes mais mulheres que no Reino Unido, 24 vezes mais que a Dinamarca e 16 vezes mais que o Japão ou Escócia.

Figura 7: Cronômetro da violência contra as mulheres no Brasil



Fonte: Instituto Patrícia Galvão¹⁹ (2019)

A forma que os jornais divulgam as notícias sobre violência contra a mulher e feminicídio é importante para proteção às mulheres, pois prevê uma repressão mais acentuada para aqueles que praticarem violência tamanha que gere a morte de uma mulher, por conta da sua condição de sexo feminino.

6.2 Técnicas e procedimentos de coleta

A seleção das postagens do Metrôpoles sobre feminicídio e violência contra a mulher corresponderam ao período de 1 de maio até 14 de junho de 2019.

No total, foram encontradas 39 postagens, porém apareceram muitas notícias sobre o mesmo assunto. Para não ficar repetitivo, foi estabelecido o critério de no máximo 2 notícias sobre o mesmo caso, priorizando a primeira e a última entre o intervalo de tempo estabelecido. Após a aplicação desse critério, foram selecionadas 25 postagens para a análise.

Os casos que tiveram repetição foram:

¹⁹Disponível em: <<https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/feminicidio/capitulos/qual-a-dimensao-do-problema-no-brasil/>>.

- O caso do policial que matou a servidora na Secretaria de Educação do DF. Esse caso teve três postagens e duas foram utilizadas para a análise;
- O caso do jogador de futebol Neymar sendo acusado de estupro. Esse caso teve treze postagens e duas foram utilizadas para a análise;
- O caso do sargento que matou a esposa e o vizinho no Cruzeiro Novo. Esse caso teve quatro postagens e duas foram utilizadas para a análise.

6.3 Técnicas e procedimentos de análise

Os 7 critérios utilizados para as análises das postagens foi uma adaptação dos critérios de qualidade para avaliar fontes de informação na internet de Tomaél et al. (2004) juntamente com os outros critérios que Tomaél, Alcará e Silva (2016) compilaram de vários autores. Estes 7 critérios foram escolhidos entre os 27 apresentados na revisão de literatura pois a partir deles é possível identificar se a informação tem qualidade e veracidade. A seguir, apresentamos os critérios adotados nessa pesquisa, a serem aplicados na amostra deste estudo de caso:

Quadro 3: Critérios para análise das postagens

CRITÉRIOS	
A	A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).
B	O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).
C	O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança, com informações fidedignas/úteis e apropriadas?)
D	A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)
E	A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)
F	A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento,

	formato apropriado e profundidade da informação)
G	Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Os comentários dos leitores avaliados foram os cinco considerados mais relevantes de acordo com a página. Em algumas postagens tem menos de cinco comentários considerados relevantes, então foi avaliada a quantidade disponibilizada pela página. Os comentários e os links das reportagens estão disponíveis no anexo A deste trabalho.

Após a verificação de todas as notícias por meio dos critérios apresentados, as informações foram classificadas de acordo com os selos de informações checadas, aplicado pela Agência Pública, conforme apresentados na p. 54 da revisão de literatura. São eles:



A análise das informações mostra que a afirmação é verdadeira.



A afirmação traz informações ou dados corretos, mas falta contexto que é importante para a compreensão.



A conclusão sobre a frase varia de acordo com a metodologia adotada.



A frase traz dados inflados ou é uma afirmação superdimensionada sobre um fato ou uma tendência verdadeira.



A frase traz dados subdimensionados ou é uma afirmação minimizada sobre um fato ou uma tendência verdadeira.



Não existem dados ou estudos confiáveis publicados que embasam a afirmação, no momento da checagem.



A análise de dados e de outras fontes mostra que a afirmação é falsa, não corresponde à realidade.

7. ANÁLISE DAS POSTAGENS

Figura 8: Postagem 1

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2248644748758829>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Não. Ao utilizar a palavra “suspeito”, dá a entender que não há provas suficientes para provar a autoria do crime, mas na reportagem relata que sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança, com informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Não. A reportagem relata que o crime não foi considerado feminicídio e sim homicídio. Seria interessante a apresentação da diferença entre os dois tipos de crime e o porquê desse crime não ser considerado feminicídio.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Não. Não há harmonia entre a manchete e o conteúdo da reportagem. Quando o ex-namorado é chamado de suspeito na manchete, os leitores entendem que há dúvidas e incertezas quanto à autoria do crime, porém a reportagem confirma a culpa do ex-namorado, que já havia confessado e contado o motivo de ter praticado o crime.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Não. Apesar de apresentar dados da Polícia Militar sobre o crime, a manchete é imprecisa e falta profundidade na explicação dos tipos de crime.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Não. A maioria das pessoas dos comentários relevantes selecionados estão removendo a culpa do assassino e colocando em terceiros ou na ocasião.

Figura 9: Postagem 2

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2251135721843065>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança, com informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. Além de noticiar o estupro, o Metrôpoles apresentou o projeto editorial “Elas por elas”, que tem o objetivo de dar visibilidade às tragédias provocadas pela violência de gênero.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim, as informações da manchete estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. Os dados da reportagem estão de acordo com uma postagem feita pela vítima em seu Facebook.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Não. Algumas pessoas estão concluindo que a vítima estava mentindo por conta da postagem na rede social e outras pessoas colocaram a culpa do estupro nas roupas que a vítima estava usando.

Figura 10: Postagem 3

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2252011278422176>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos)

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos)

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança, com informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Não. O link direciona para o portal “Livre” de Mato Grosso, porém é um site vinculado ao Metrôpoles, o que o torna aparentemente de confiança.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem divulga as ameaças feitas pelo ex-marido a mulher e onde ocorreram.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim, as informações da manchete estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. As informações estão de acordo com o registro policial.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Não. Todos os comentários estão incentivando a mulher a matar o ex-marido.

Figura 11: Postagem 4

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2252224835067487>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança, com informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem divulgou como, onde o crime ocorreu e trouxe o relato de uma testemunha.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim, as informações da manchete estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. As informações estão de acordo com o boletim de ocorrência divulgado pela Secretaria da Segurança Pública (SSP).

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Sim.

Figura 12: Postagem 5

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2259786140978023>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança, com informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem divulgou como, onde o crime ocorreu e trouxe o relato dos vizinhos da vítima. Quando a reportagem fala que o culpado foi indiciado por feminicídio, um link foi colocado na palavra “feminicídio”, compilando reportagens e projetos sobre o assunto.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim, as informações da manchete estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. As informações estão de acordo com a 21ª Delegacia de Polícia em Taguatinga Sul e relatos de vizinhos.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Não. Algumas pessoas estão colocando a culpa na mulher por ter escolhido o homem errado para se relacionar.

Figura 13: Postagem 6

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2262933133996657>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Não. A manchete deixa em evidência que a vítima sequestrou um bebê em 2017, 2 anos antes de ser assassinada por seu então namorado. A relação entre os dois acontecimentos instiga a reação de ódio e desprezo dos leitores.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança, com informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim, a reportagem é detalhada, conta toda a história da vítima e como ocorreu o crime.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Não. Falta coerência entre o que é apresentado na reportagem e a manchete. Na reportagem, a autora defende que o feminicídio não pode ser minimizado por causa da associação do sequestro do bebê, realizado por Cervilha em 2017. A autora também critica a relação imediata que as pessoas fazem entre os dois casos e a falta de comoção pelo feminicídio por causa do sequestro, porém na manchete ficou mais em evidência o sequestro em 2017 do que o feminicídio.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. A reportagem é extensa, detalhada e traz informações disponibilizadas pela família da vítima.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Em parte. Alguns comentários se solidarizam com a vítima, outros minimizam o feminicídio por associação ao sequestro de 2017.

Figura 14: Postagem 7

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2263243103965660>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Não. Entende-se pela manchete que o policial atirou no homem para revidar a agressão e não foi isso que aconteceu.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem detalha o que realmente aconteceu, além de chamar atenção para o projeto do jornal “Elas por elas”, que tem o objetivo de dar visibilidade às tragédias provocadas pela violência de gênero.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Não. A manchete é exagerada e leva o leitor a entender outra coisa. Entende-se pela manchete que o policial atirou no homem para revidar a agressão, porém o policial efetuou um disparo de advertência e acertou a parede.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Em parte. As informações da reportagem estão de acordo com um vídeo disponibilizado pelos vizinhos, que mostra o momento que o policial atirou, mas faltou precisão na manchete pois levou o leitor a entender outra coisa.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Sim. Os comentários selecionados estão isentos de desinformação.

Figura 15: Postagem 8

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2263711197252184>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. Além de noticiar o caso, chama atenção para o projeto do jornal “Elas por elas”, que tem o objetivo de dar visibilidade às tragédias provocadas pela violência de gênero.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. As informações da reportagem estão de acordo com a Polícia Civil.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Em parte. Alguns se solidarizaram com a mulher, outros com o agressor.

Figura 16: Postagem 9

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2263722730584364>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem detalha como o crime aconteceu, apresenta informações da investigação e relaciona com outros casos ocorridos no Distrito Federal.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. As informações estão de acordo com a 2ª Delegacia de Polícia da Asa Norte.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Em parte. Algumas pessoas estão culpando a mulher por ter sido assassinada pelo homem porque ela era amante dele.

Figura 17: Postagem 10

Link: https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2264055007217803?_tn=-R



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Não. A manchete diz que o jovem foi morto pela PM, mas a informação está diferente da reportagem.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Não. O link direciona para o portal “Livre” de Mato Grosso, porém é um site vinculado ao Metrôpoles, portanto, aparentemente de confiança.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Não. A reportagem não está completa pois não revela se o autor do crime sobreviveu aos tiros.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Não. A manchete diz que o autor do crime foi morto pelos policiais, mas a reportagem diz que ele foi socorrido e encaminhado ao pronto-atendimento de Diamantino. Após a verificação do caso em outros canais de notícias, foi confirmado que o autor do crime não morreu.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Não. A reportagem não é precisa e nem confiável.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Em parte. Uns corrigiram a manchete, falando que o autor do crime não morreu; outros comemoraram a morte noticiada.

Figura 18: Postagem 11

Link: https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2264427407180563?_tn=-R



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. O jornal Metrôpoles apurou que a 13ª Delegacia de Polícia (DP) havia aberto três inquéritos para apurar crimes praticados pelo agente e entrevistou pessoas próximas a professora e o autor do crime.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. As informações estão de acordo com a 13ª delegacia de Polícia de Sobradinho.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

A maioria sim. Um comentário apresentou ironia em relação a autorização da compra e porte de armas.

Figura 19: Postagem 12

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2265347867088517>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. Além de noticiar o caso, chama atenção para o projeto do jornal “Elas por elas”, que tem o objetivo de dar visibilidade às tragédias provocadas pela violência de gênero.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. As informações estão de acordo com depoimento da vítima disponibilizado pela Polícia Civil de Goiás.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Em parte. Alguns se solidarizaram com a vítima, outros generalizaram a violência cometida por parte do homem, falando que é melhor as mulheres permanecerem sozinhas para evitar que agressões aconteçam.

Figura 20: Postagem 13

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2266847900271847>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem apresenta depoimentos das mulheres de Paracatu após feminicídios ocorridos na cidade e abre uma discussão sobre o combate à violência contra a mulher.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Sim.

Figura 21: Postagem 14

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2273741349582502>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem apresenta dúvidas frequentes sobre violência contra a mulher e propõe a disseminação de informações que sirvam para prevenir e combater a violência de gênero.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. As respostas das dúvidas foram respondidas pela juíza Fabriziane Zapata, do Juizado de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher do Riacho Fundo e uma das coordenadoras do Núcleo Judiciário da Mulher, do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (TJDFT).

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

A postagem não tem comentários sobre o assunto, apenas um comentário de divulgação de uma página.

Figura 22: Postagem 15

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2273776766245627>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. O jornal teve acesso ao boletim de ocorrência do caso e apresentou as informações do relato.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. Os dados da reportagem são confiáveis pois o jornal Metrôpoles teve acesso direto ao boletim de ocorrência do caso.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Não. Todos os comentários estão afirmando que a mulher inventou a história para ter fama e chamar atenção.

Figura 23: Postagem 16

Link: <https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2277322419224395>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Não. A manchete é tendenciosa pois fala que uma imagem do jogador Neymar chutando a mulher foi divulgada, mas não foi o que realmente aconteceu.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Não. O jornal pegou a imagem de um programa de televisão e não verificou a veracidade.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Não. A Manchete diz que o jogador Neymar chutou a cabeça da mulher, mas na reportagem fica dúvida se ele realmente chutou.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Não. A imagem divulgada não há precisão e confiabilidade, foi um vídeo que teve a tela capturada no momento que o jogador estava se defendendo das agressões por parte da mulher.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Em parte. Alguns comentários estão corrigindo a reportagem, falando que o jogador Neymar estava se defendendo e não agredindo a mulher e outros fizeram piada com a situação.

Figura 24: Postagem 17

Link: https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2278700145753289?_tn=-R



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. O jornal divulgou o relato da vítima sobre o caso.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem..

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. A reportagem traz fontes precisas e confiáveis, o que facilita o entendimento.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Não. Um comentário fez uma piada com situação, fazendo uma relação com outro caso de violência contra a mulher.

Figura 25: Postagem 18

Link: https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2278785379078099?_tn=-R



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem detalha o crime, a tese da acusação juntamente com a pena e o envolvimento da vítima com o autor.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. O jornal trouxe dados do Ministério Público Estadual de São Paulo.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Em parte. Alguns estão culpando a mulher por ter sido amante do autor do crime, outros se solidarizaram com a vítima.

Figura 26: Postagem 19

Link: <https://www.facebook.com/1505574649732513/posts/2280405002249470/>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Não. A manchete exagera sugerindo que o autor do crime não agia de forma abusiva com a vítima e os filhos.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem sobre o caso de Isabella é extensa, conta como era a vida, a rotina, os relacionamentos e traz depoimentos de familiares e amigos.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Não. A manchete sugere que o autor do crime não era abusivo, mas a reportagem relata que ele foi abusivo com os filhos do casal e com a vítima antes e após a separação.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. As fontes para a reportagem foram os familiares e pessoas próximas à vítima.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Sim. As pessoas reconheceram a importância da abordagem e divulgação sobre violência contra a mulher.

Figura 27: Postagem 20

Link: <https://www.facebook.com/1505574649732513/posts/2280733308883306/>



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. O jornal divulgou o objetivo do banco com o aplicativo e os parceiros para realizar a criação.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. Os dados da reportagem são do Banco de Brasília (BRB), das Secretarias da Mulher e de Segurança Pública.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Não. Os comentários demonstram descaso com a iniciativa, de acordo com a maioria o aplicativo não vai funcionar porque nem mesmo o aplicativo para quem tem conta no banco funciona.

Figura 28: Postagem 21

Link: https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2281761352113835?_tn=-R



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem detalha como e onde ocorreu o crime, quem descobriu e o tipo de arma usada.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. Os dados da reportagem estão de acordo com as informações divulgadas pela polícia.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Sim. Todos os comentários selecionados se solidarizaram com as vítimas.

Figura 29: Postagem 22

Link: https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2281764882113482?_tn=-R



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos)

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem relata como e onde foi o crime e traz depoimentos dos familiares da vítima.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. As informações estão de acordo com os dados fornecidos pela Polícia civil.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Não. A maior parte dos comentários estão relacionando o feminicídio à falta de religião do autor do crime.

Figura 30: Postagem 23

Link: https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2283363421953628?_tn=-R



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem relata como e onde foi o crime, os suspeitos e os resultados dos exames médicos da vítima após sofrer a violência.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. Os dados da reportagem são do G1 notícias e da prefeitura de Rio das Ostras no Estado do Rio de Janeiro (RJ).

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Sim. Os comentários demonstram que as pessoas ficaram assustadas com o caso e se solidarizaram.

Figura 31: Postagem 24

Link: https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2283486165274687?_tn=-R



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Não. Pela manchete dá a entender que só a mulher morreu, mas o homem morreu também.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Não. O autor do crime já havia confessado, deixando de ser apenas suspeito.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Em parte. A manchete e o comentário que a acompanha não são consistentes pois minimizam o crime, já a reportagem detalhou o ocorrido, apresentou depoimentos de familiares das vítimas e divulgou o projeto do jornal “Elas por elas”, que tem como objetivo dar visibilidade às tragédias provocadas pela violência de gênero.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Não. A manchete relata que só a mulher morreu, mas, de acordo com a reportagem, o homem baleado não resistiu e acabou morrendo. O comentário que acompanha a manchete chama o autor do crime de suspeito, porém, como relata na reportagem, ele já havia confessado.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. Os dados apresentados na reportagem estão de acordo com o relato de testemunhas que eram próximas das vítimas.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

Sim. Os comentários demonstraram tristeza e solidariedade com o caso.

Figura 32: Postagem 25

Link: https://www.facebook.com/metropolesdf/posts/2284202021869768?_tn=-R



A) A manchete da postagem é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

B) O comentário que acompanha a manchete é imparcial? (não apresenta argumentos tendenciosos).

Sim.

C) O link da postagem direciona para o jornal digital? (Caso não direcione, o site é de confiança e aponta apenas para informações fidedignas/úteis e apropriadas?)

Sim.

D) A informação é consistente? (apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem)

Sim. A reportagem está detalhada, traz depoimentos de pessoas próximas às vítimas e do autor do crime.

E) A informação é coerente? (Harmonia entre as ideias)

Sim. A manchete e o comentário que a acompanha estão de acordo com a reportagem.

F) A informação é conveniente? (Presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação)

Sim. As fontes informações da reportagem são da 11ª Vara do Tribunal de Justiça do Distrito Federal (TJDFT) e de depoimentos de pessoas que eram próximas às vítimas.

G) Em relação aos comentários dos leitores, demonstra conhecimento e sensatez sobre o assunto? (comentários isentos de desinformação)

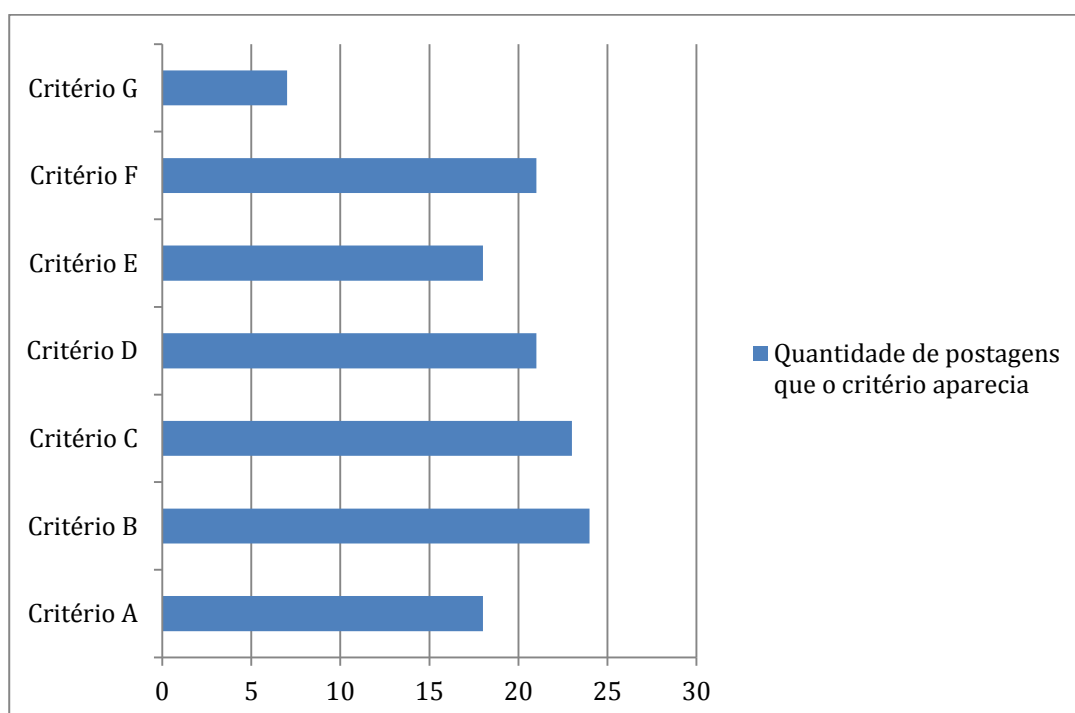
Em parte. Alguns comentários demonstram ironia com a situação, outros relatam experiências de relacionamentos abusivos e outros se solidarizaram com a situação.

8. RESULTADOS DAS ANÁLISES

A partir das análises das 25 postagens (disponíveis no anexo B deste trabalho), podemos perceber a quantidade de postagens que estavam de acordo com os critérios de qualidade da informação estabelecidos. O critério A (manchete imparcial) esteve presente em 18 postagens; o critério B (comentário imparcial que acompanha a manchete) esteve presente em 24 postagens; o critério C (link direcionado ao jornal) esteve presente em 23 postagens; o critério D (consistência da informação) esteve presente em 21 postagens; o critério E (coerência das informações) esteve presente em 18 postagens; o critério F (conveniência das informações) esteve presente em 21 postagens.

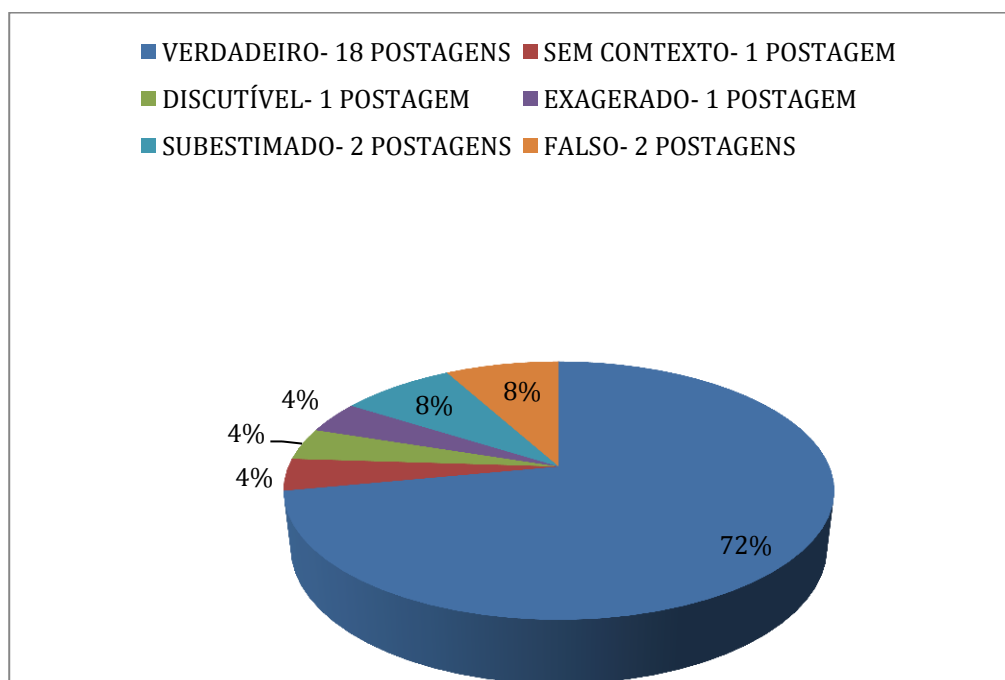
O fator preocupante é o critério G, ou seja, a pouca quantidade de leitores que demonstraram conhecimento e sensatez nos comentários sobre as notícias no Facebook. Os leitores apresentaram comentários isentos de desinformação apenas em sete de vinte e cinco postagens, muitas vezes, parece que as pessoas não abrem a reportagem e já comentam algo que julgam verdadeiro, outras vezes utilizam piadas e ironias com a situação e inclusive colocam em dúvida se a mulher que sofreu a violência não seria merecedora do fato, dessa forma, deixando completamente a sensatez de lado. Essa falta de conhecimento acontece por causa da pós-verdade, as pessoas ignoram os fatos e dão prioridade as emoções e crenças.

Gráfico 3: Quantidade de postagens em cada critério



Em relação a distribuição dos selos de checagem, podemos perceber a predominância de postagens e reportagens verdadeiras com base nos critérios estabelecidos para identificar a desinformação. O Metrôpoles é o maior jornal digital do Distrito federal, portanto, a maior fonte de informação digital da capital. As fontes de informação são os meios que preenchem uma lacuna informacional por parte de quem necessita, portanto, é essencial que seja confiável (RODRIGUES; BLATTMANN, 2014).

Gráfico 4: Quantidade de selos nas postagens analisadas



Apesar da maioria das postagens serem verdadeiras, sete postagens de vinte e cinco apresentaram controvérsias. A postagem e reportagem consideradas “Sem contexto” (Postagem 1) faltavam informações a respeito do caso, uma informação importante seria o esclarecimento do porquê o crime não foi considerado feminicídio, já que o assassinato foi exclusivamente por questão de gênero. Outra questão foi a falta de precisão na manchete, quando se refere ao autor do crime como suspeito, sendo que ele já havia confessado. É necessário ter uma inter-relação de circunstâncias que acompanham um fato ou uma situação.

A postagem e reportagem consideradas “Discutível” (Postagem 6) se encaixou apenas nessa categoria. Ambas são verdadeiras, porém se tornou contraditória quando a autora deixa claro na reportagem a forma que as pessoas minimizam o feminicídio a partir da relação com

um sequestro de um bebê que a vítima cometeu dois anos antes é errado. Mesmo defendendo esse ponto de vista, a autora dá mais ênfase no sequestro do que o feminicídio na manchete.

Há postagens em que a vontade de receber cliques por parte do jornal é maior que a disponibilização de uma informação de qualidade. Essa busca por cliques geralmente aparecem na manchete e essas postagens entraram nas categorias “Exagerado” e “Subestimado”, a primeira aumenta a proporção da situação para chamar atenção; já a segunda é o contrário, minimiza e suaviza a notícia. A postagem e reportagem com o selo de “Exagerado” (Postagem 7) aumentou a proporção na forma que foi noticiado o caso, dando a entender que o policial havia atirado no agressor, mas não, o tiro foi na parede. Já as postagens e reportagens com o selo “Subestimado” (Postagens 19 e 24) suavizaram a notícia através da manchete, a primeira deu a entender que o ex-marido autor do crime não apresentava sinais abusivos antes do assassinato; já a segunda só divulga a morte da mulher na manchete, sendo que o homem baleado morreu também.

Duas postagens e reportagens receberam o selo “Falso” (Postagens 10 e 16). A primeira divulgou uma morte que não aconteceu através da manchete e a segunda divulgou uma situação que não aconteceu, divulgaram uma imagem manipulada através da captura de tela de um vídeo, onde julgaram uma agressão que não ocorreu.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A escolha de uma fonte de informação confiável é fundamental, seja ela primária, secundária ou terciária. A partir de uma seleção de fontes de informação, será possível identificar qual se encaixa no momento oportuno para preencher a lacuna informacional do usuário. De acordo com Novelli, Hoffmann e Gracioso (2014), o aumento da produção de informações científicas e tecnológicas ampliou os suportes, impressos e eletrônicos, das fontes de informações, assim, está disponível em diversos formatos, como: textos, gráficos, dados espectrais, dados numéricos e outros. Com o aumento de suportes, o acesso se tornou facilitador.

Com a sociedade global da informação e o mundo hiperconectado, vivemos em uma realidade onde a internet se tornou uma grande fonte de informação. A partir da internet, é possível ter acesso imediato a diversas fontes de informação, especialmente as bases de dados, periódicos, dissertações, teses, livros, jornais digitais, dentre outros. A disponibilização desses

materiais na internet facilita o acesso simultâneo dos materiais, não mais restrito somente às bibliotecas e mídias tradicionais.

O surgimento da web 2.0 possibilitou ainda mais a forma como a internet promove o acesso à informação, pois permite que além de espectador, o usuário seja também um produtor de notícias. Com essa abertura, onde qualquer pessoa pode ser o produtor da informação, é preciso saber filtrar o conteúdo disponível na internet para a recuperação de informações de qualidade e com maior revocação, principalmente após o uso frequente das redes sociais.

De acordo com Ferrari (2017), o vivenciar é líquido e, no minuto seguinte, estamos vivenciando outra postagem nas redes sociais, o tempo necessário para o cérebro verificar a veracidade do fato narrado fica prejudicado, pois na maioria das vezes, os consumidores compartilham a informação apenas pelo título, sem se dar o trabalho de ler o texto completo ou mesmo verificar a fonte de informação.

Conforme apresentado nesta pesquisa, a aplicação de critérios de qualidade informacional na internet é essencial para o acesso a informações seguras e confiáveis. Tomaél et al. (2004) citam alguns atributos de qualidade que podem contribuir para evitar a desinformação, alguns deles são a consistência, atributo que apresenta detalhamento e completeza das informações que fornecem; a coerência, atributo que apresenta harmonia entre as ideias e conveniência, ou seja, presença de precisão, confiabilidade, pertinência, fácil entendimento, formato apropriado e profundidade da informação.

O jornalismo digital e as redes sociais são as fontes de informação da internet mais populares e devido a essa popularidade, as informações disponíveis nessas plataformas alcançam muitas pessoas. É necessário a aplicação dos critérios de qualidade de informação nos jornais digitais e nas redes sociais para proporcionar uma experiência informacional confiável e de qualidade aos usuários.

A partir da aplicação dos critérios de qualidade informacional, é possível evitar a desinformação, um grande problema que de acordo com o Relatório Global de Riscos (2013), são todas as formas de informações falsas, imprecisas ou enganadoras criadas, apresentadas e promovidas para causar prejuízo de maneira proposital ou para fins lucrativos.

O papel do bibliotecário no apoio contra a desinformação vem da sua capacidade de dominar a competência em informação e passá-la adiante. De acordo com Santos, Duarte e

Lima (2014, p. 38), “na sociedade da informação os sujeitos que possuem habilidades e competências em buscar, acessar, recuperar, compartilhar e se apropriar da informação, destacam-se em relação a outros sujeitos”. Com a alfabetização informacional, a informação se torna um elemento de valor para a sociedade, pois é capaz de gerar conhecimento.

Além da alfabetização informacional, outra forma de identificar a desinformação é a partir da checagem de informações e notícias. Essa checagem acontece através das verificações das falas, correntes e informações em circulação na internet ou em redes sociais para saber se são verdadeiras ou não.

O jornal digital escolhido para as aplicações dos critérios de qualidade de informação nesta pesquisa foi o Metrôpoles e a rede social escolhida foi o Facebook. Os sete critérios consistiram na checagem da imparcialidade da manchete e do comentário que a acompanha, no direcionamento do link para o jornal, na consistência, coerência e conveniência das informações e o conhecimento dos leitores nos comentários. Com base nestes critérios, 25 postagens no Facebook do jornal Metrôpoles e suas respectivas reportagens sobre feminicídio e violência contra a mulher foram analisadas.

Verificou-se que a maioria das postagens do jornal no Facebook (dezoito ocorrências) eram verdadeiras e estavam de acordo com os critérios estabelecidos e sete postagens apresentaram controvérsias, entre elas, uma foi considerada sem contexto, uma discutível, uma exagerada, duas subestimadas e duas falsas. Apenas em sete de vinte e cinco postagens os comentários dos leitores estavam isentos de desinformação.

As postagens controversas estavam em busca de cliques, onde a informação divulgada não estava sendo honesta, precisa e justa. De acordo com Caminada (2015), essa busca de cliques tem o objetivo de atrair o maior número de pessoas para a notícia, entretanto muitas vezes o conteúdo explicitado anteriormente não coincide com o acontecimento reportado no corpo do texto.

Um ponto importante a ser observado é a baixa frequência em que o critério G aparece nas postagens. Este critério representa a falta de conhecimento dos leitores nos comentários das postagens e ficou provado a importância do uso dos critérios de qualidade de informação na internet apresentado nesta pesquisa. Apenas em sete postagens havia comentários isentos de desinformação, em dezoito postagens os leitores comentaram sem ter conhecimento, em alguns momentos fizeram piadas e ironias com a situação.

Este estudo comprova a necessidade do uso de critérios de qualidade informacional na análise de informação na internet, principalmente nas redes sociais e nos jornais digitais. É importante ter um zelo e prezar pelas informações circulantes, especialmente a nossa própria prática de compartilhamento em mídias sociais e seus fenômenos correlatos, como a desinformação e a qualidade da informação, a fim de evitar a disseminação de informações infundadas e seus efeitos indesejados (CONDE; ALCARÁ, 2018). O uso desses critérios de qualidade também é importante para a avaliação de confiabilidade. O principal critério de checagem é a transparência de informações, baseada em três pilares: a transparência de fontes, a transparência de metodologia e a transparência de correções.

Uma sugestão futura sobre a temática desinformação e critérios de qualidade da informação seria a criação de uma disciplina sobre o assunto ou a inclusão do tópico na disciplina de análise da informação. A sociedade vive na era pós-verdade e isso se torna um grande desafio para os profissionais da informação, pois a aceitação de informação científica falsa sem a verificação da fonte tem em sua base o apelo para as emoções e crenças particulares e diversas dos usuários. Nesse cenário, a habilidade comunicacional do profissional da informação é como um caminho possível de exercício de mediação (SOUSA, 2017).

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA Lupa. **Como a Lupa faz suas checagens?**. 2018. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>>.
- AGÊNCIA Pública. **O Truco é o projeto de fact-checking da Agência Pública**. 2018. Disponível em: <<https://apublica.org/>>.
- AMARAL, I. Participação em rede: do utilizador ao “consumidor 2.0” e ao “prosumer”. **Revista Comunicação e Sociedade**, n. 22, p. 131-147, 2012. Disponível em: <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1278/0>>.
- BAGGIO, Claudia Carmem; COSTA, Heloisa; BLATTMANN, Ursula. Seleção de tipos de fontes de informação. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 6, n. 2, p. 32-47, jul./dez. 2016. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/pgc/article/view/26798/16520>>.
- BARRAGÁN, Almudena. **Cinco ‘fake news’ que beneficiaram a candidatura de Bolsonaro**. 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547_146583.html>.
- BARRETO, A. M. Uma visão sobre a evolução da relação entre marcas e consumidores após a emergência da Web 2.0. **Prisma.com**, n. 15, 2011. Disponível em: <<http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/1088>>.
- BIBLIOO. **Como as bibliotecas devem lutar contra as fake news**. 2018. Disponível em: <<http://biblioo.info/bibliotecas-contrafake-news/>>.
- BIREME. **Guia 2001 de desenvolvimento da Biblioteca Virtual em Saúde**. São Paulo: BIREME, 2001. Disponível em: <<http://www.bireme.br/crics5/E/guiabvs.htm>>.
- BOTELHO, Cristian do Nascimento. A formação do bibliotecário e as bibliotecas comunitárias. **Informe: Estudos em Biblioteconomia**, Recife, v.1, n.1, p. 50-64, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/INF/article/view/43>>.
- BRANCO, Sérgio. **Fake news e os caminhos para fora da bolha**. Disponível em: <<https://itsrio.org/pt/publicacoes/fake-news-e-os-caminhos-para-fora-da-bolha/>>.
- BRISOLA, Anna Cristina.; ROMEIRO, Nathália Lima. A competência crítica em informação como resistência: uma análise sobre o uso da informação na atualidade. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 14, n. 3, p. 68-87, set./dez. 2018. Disponível em: <<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1054/1054>>.
- BRUM, Marco Antonio Carvalho; BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Comportamento de busca e uso da informação: um estudo com alunos participantes de empresas juniores. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, p. 52-75, maio/ago. 2009. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/750/726>>.
- BUCKINGHAM, David. Media education goes digital: an introduction. **Learning, Media and Technology**, v. 32, n. 2, p. 111–119, jun. 2007. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17439880701343006>>.
- CAMINADA, Thiago Amorim. Francisco e o jornalismo caça-cliques. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, ed. 843, mar., 2015. Disponível em: <

http://observatoriodaimprensa.com.br/feitosdesfeitas/ed843/francisco_e_o_jornalismo_caca_cliques/>.

CARVALHO SILVA, Jonathas Luiz. Normatividade, tecnicidade e/ou cientificidade da Biblioteconomia. **Transinformação**, Campinas, v. 25, n. 1, p. 5-17, abr. 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-37862013000100001&lng=en&nrm=iso>.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. 6.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1.

CONDE, César Augusto Galvão Fernandes; ALCARÁ, Adriana Rosecler. Desinformação: qualidade da informação compartilhada em mídias sociais. In: XIX Encontro Nacional De Pesquisa Em Ciência Da Informação – Enancib. 2018, Londrina. **Anais...** Londrina, Universidade Estadual de Londrina, 2018. Disponível em: <http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIXENANCIB/xixenancib/paper/viewFile/1076/1512>>.

CORRÊA, Elisa Cristina Delfini; SILVA, Franciéle Carneiro Garcês da. Presença digital dos Conselhos Regionais de Biblioteconomia do Brasil no Facebook. **Perspect. ciênc. inf.**, Belo Horizonte, v. 22, n. 3, p. 16-32, set. 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362017000300016&lng=en&nrm=iso>.

COSTA, Elisângela Silva da; PIRES, Erik André de Nazaré. O comportamento no processo de busca da informação por meio das tecnologias da informação e comunicação: um estudo de caso sobre os discentes da Faculdade de Biblioteconomia no Estado do Pará. **Perspect. ciênc. inf.**, Belo Horizonte, v. 19, n. 3, p. 149-188, set. 2014. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362014000300009&lng=en&nrm=iso>.

CUEVA, Ricardo Villas Bôas. Alternativas para a remoção de fake news das redes sociais. In: ABBOUD, Georges; NERY JÚNIOR, Nelson; CAMPOS, Ricardo (coord.). **Fake news e regulação**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018. cap. 9, p.167-175.

CUNHA, Murilo Bastos da; CAVALCANTI, Córdélia Robalinho de Oliveira. **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**. Brasília: Briquet de Lemos, 2008. xvi, 451 p. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/34113>>.

CUNHA JÚNIOR, Fernando Rezende da. Professores e alunos no facebook: a colaboração como forma de potencializar a agência. **Educ. rev.**, Belo Horizonte, v. 34, e187154, 2018. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-46982018000100160&lng=en&nrm=iso>.

DARNTON, Robert. **A verdadeira história das notícias falsas**. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html>.

DEODATO, Paulo Gerson Olinto; SOUSA, Ana. Fake news e o processo de impeachment de Dilma Rousseff: uma análise de notícias falsas publicadas pelo site “Pensa Brasil”. **Temática**, ano xiv, n. 11, p. 109-124, nov. 2018. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/42954/21395>>.

DIAS, E.W. Biblioteconomia e ciência da informação: natureza e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.5, n.2, p. 67-80, jan./jun. 2000. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/download/556/338>>.

DUARTE, Yaciara Mendes. A sociedade da desinformação e os desafios do bibliotecário em busca da Biblioteconomia social. In: RIBEIRO, Anna Carolina Mendonça Lemos Ribeiro; FERREIRA, Pedro Cavalcanti Gonçalves (Orgs.). **Bibliotecário do século XXI: pensando o seu papel da contemporaneidade**. Brasília, Ipea, 2018. cap. 4, p. 67-82. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=32855>.

EDUCAUSE. **7 things you should know about... Facebook**. 2006. Disponível em: <<https://library.educause.edu/-/media/files/library/2006/9/eli7017-pdf.pdf>>.

ELLISON, N. B.; Steinfield, C.; Lampe, C. The benefits of Facebook friends: Social capital and college student's use of online social network sites. **Journal of Computer-Mediated Communications**, v. 12, n. 4, 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/220438224_The_Benefits_of_Facebook_Friends_Social_Capital_and_College_Students'_Use_of_Online_Social_Network_Sites>.

FERRARI, Pollyana. Fake news, pós-verdade e o consumo de informações. In: XXVI Encontro anual da compós, 26., 2017, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em: <http://www.compos.org.br/anais_encontros.php>.

FERREIRA, Gabriele. **7 Vantagens e desvantagens do jornal online**. 201-. Disponível em: <<https://canaldoensino.com.br/blog/7-vantagens-e-desvantagens-do-jornal-online>>.

FONSECA, Bruno. **O que é fact-checking?**. 2017. Disponível em: <<https://apublica.org/2017/06/truco-o-que-e-fact-checking/>>.

GARCIA, Marcelo. **Disseram por aí: deu zika na rede!:** boatos e produção de sentidos sobre a epidemia de zika e microcefalia nas redes sociais. 2017. vi, 237f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde). Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/23607/2/marcelo_garcia_icict_mest_2017.pdf>.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/labesc/files/2012/03/A-Arte-de-Pesquisar-Mirian-Goldenberg.pdf>>.

GOLWAL, Madansing Dhondiram; KALBANDE, T. Datta; SONWANE, Shashank S. Profissionais da informação e o papel do Facebook: consciência sobre sua utilidade no âmbito das redes sociais. **BJIS**, Marília (SP), v.6, n. 1, p. 85-100, jan./jun.2012. Disponível em: <<http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/bjis/article/view/1857/2314>>.

GRAGNANI, Juliana. **Pesquisa inédita identifica grupos de família como principal vetor de notícias falsas no WhatsApp**. 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43797257>>.

IBOPE Inteligência. **Redes sociais e mídias tradicionais são as fontes de informação com mais influência na escolha do presidente em 2018**. 2017. Disponível em:

<<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/redes-sociais-e-midias-tradicionais-sao-as-fontes-de-informacao-com-mais-influencia-na-escolha-do-presidente-em-2018/>>.

IBOPE Media. **Internet é a primeira fonte de informações para 47% dos brasileiros, aponta estudo.** 2014. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Internet-e-a-primeira-fonte-de-informacoes-para-47-dos-brasileiros-aponta-estudo.aspx>>.

IFLA. **How to spot fake news.** 2018. Disponível em: <<https://www.ifla.org/publications/node/11174>>.

IMMIG, Cássio Felipe. **Informação para prática docente:** o comportamento informacional dos professores de ensino fundamental da Escola Municipal Selvino Ritter do município de Estância Velha – RS. 2007. 69 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <<http://www.geocities.ws/cassioimmig/TCC/tcc.pdf>>.

KELLNER, Douglas; Share, Jeff. Critical media literacy is not an option. **Learn Inq.**, p. 59-69, 2007. Disponível em: <<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs11519-007-0004-2.pdf>>.

KELLY, B. **Introduction to Facebook:** opportunities and challenges for the institution. 2007. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/lisbk/introduction-to-facebook-opportunities-and-challenges-for-the-institution/13-The-Opportunities-ulliFacebook-provides-great>>.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. Disponível em: <https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india>.

LEMKE, Jay L.. Letramento metamidiático: transformando significados e mídias. **Trab. linguist. apl.**, Campinas, v. 49, n. 2, p. 455-479, dez. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-18132010000200009&lng=en&nrm=iso>.

LIMA, Cátia Crisitina de; LIMA, Katianne de. **A auto-imagem do bibliotecário versus a visão social:** uma análise da valorização profissional. Maceió, 2009.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion.** New York: Free Press Paperbacks (Simon and Schuster), 1997.

LYON. **Declaração de Lyon sobre o acesso à informação e desenvolvimento.** 2014. Disponível em: <<https://www.lyondeclaration.org/content/pages/lyon-declaration-pt.pdf>>.

MACEDO JÚNIOR, Ronaldo Porto. Fake News e as novas ameaças à liberdade de expressão. In: ABBOUD, Georges; NERY JÚNIOR, Nelson; CAMPOS, Ricardo (coord.). **Fake news e regulação.** São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018. cap. 7, p.129-145.

MARQUES, Lidiany Kelly da Silva; VIDIGAL, Frederico. Prosumers e redes sociais como fontes de informação mercadológica: uma análise sob a perspectiva da inteligência competitiva em empresas brasileiras. **Transinformação**, Campinas, v. 30, n. 1, p. 1-14,

apr. 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-37862018000100001&lng=en&nrm=iso>.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v.30, n.1, p.71-81, jan./abr. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1.pdf>>.

_____; SILVA, Antonio Braz de Oliveira e. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 33, n. 3, p. 41-49, dez. 2004. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652004000300006&lng=en&nrm=iso>.

MAVEN. **Veja 7 diferenças entre leitores de jornal impresso e online**. 2018. Disponível em: <<https://www.maven.com.br/blog/veja-7-diferencas-entre-leitores-de-jornal-impresso-e-online/>>.

MERELES, Carla. **Notícias falsas e pós-verdade**: o mundo das fake news e da (des)informação. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/noticias-falsas-pos-verdade/>>.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/franciscovargas/files/2012/11/pesquisa-social.pdf>>.

MODOLO, Artur Daniel Ramos. O ato de curtir: a standardização da responsividade no facebook. **Ling. (dis)curso**, Tubarão, v. 18, n. 3, p. 623-645, dez. 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322018000300623&lng=en&nrm=iso>.

MUELLER, S. P. M. A ciência, o sistema de comunicação científica e a literatura científica. In: CAMPELLO, B. S. et al. (Org.). **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000. p.21-34.

NERY JUNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade. Confiança na mídia: responsabilidade civil por danos causados por Fake News. In: ABOUD, Georges; NERY JÚNIOR, Nelson; CAMPOS, Ricardo (coord.). **Fake news e regulação**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018. cap. 5, p.109-122.

NOVELLI, Valéria Aparecida Moreira; HOFFMANN, Wanda Aparecida Machado; GRACIOSO, Luciana de Souza. Ferramentas para mediação de fontes de informação: avaliação sobre seus usos em bibliotecas universitárias nacionais e internacionais. **Perspect. ciênc. inf.**, Belo Horizonte, v. 19, n. 3, p. 30-51, set. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362014000300003&lng=en&nrm=iso>.

O GLOBO. **Saiba como o Facebook se tornou um gigante de 2,3 bilhões usuários**. 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/saiba-como-facebook-se-tornou-um-gigante-de-23-bilhoes-usuarios-22511806>>.

OLIVA, Thiago Dias. Memes de natureza cômica como estratégia de resistência a discursos hegemônicos: análise das reações à campanha #gaysnomerecenmedallas no twitter. **Ling. (dis)curso**, Tubarão, v. 18, n. 3, p. 583-601, dez. 2018. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322018000300583&lng=en&nrm=iso>.

ONU. **Verificar informações antes de compartilhar é a melhor forma de combater notícias falsas, destaca fórum da ONU.** 2017. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/verificar-informacoes-antes-de-compartilhar-e-a-melhor-forma-de-combater-noticias-falsas-destaca-forum-da-onu/>>.

O'REILLY, T. What is web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software. **Design patterns and business models for the next generation of software.** 2005. p. 1-5. Disponível em: <<https://mpira.ub.uni-muenchen.de/4580/>>.

OXFORD Dictionaries. **Word of the year 2016 is post-truth.** 2016. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>.

PACHECO, Cíntia Gomes; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Informação e conhecimento como alicerces para a gestão estratégica empresarial: um enfoque nos fluxos e fontes de informação. In: VALENTIM, Marta (Org.). **Gestão, mediação e uso da informação.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 319-341. Disponível em : <<http://books.scielo.org/id/j4gkh/pdf/valentim-9788579831171-16.pdf>>.

PATRÍCIO, Maria Raquel; GONÇALVES, Vitor. **Utilização do Facebook no ensino superior.** 2010. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/2879/4/7104.pdf>>.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>.

QUADROS, Paulo. Dissimulacro-Ressimulação: ensejos da cultura do ódio na era do Brasil pós-verdade. **Media & Jornalismo**, Lisboa, v. 18, n. 32, p. 201-218, abr. 2018. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-54622018000100015&lng=pt&nrm=iso>.

QUINTANILHA, Luiz Fernando. Inovação pedagógica universitária mediada pelo Facebook e YouTube: uma experiência de ensino-aprendizagem direcionado à geração-Z. **Educ. rev.**, Curitiba, n. 65, p. 249-263, set. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40602017000300249&lng=en&nrm=iso>.

RAIS, Diogo. Desinformação no contexto democrático. In: ABOUD, Georges; NERY JÚNIOR, Nelson; CAMPOS, Ricardo (coord.). **Fake news e regulação.** São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018. cap. 8, p.147-166.

RASMUSSEN, Bruna. **O que é Instagram?** 2012. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/o-que-e-instagram/>>.

REBELO, Tainara. **Você acha o bibliotecário ultrapassado? Saiba que profissão está em alta.** 2019. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2019/05/16/shlerlock-holmes-da-web-biblioteconomista-virou-profissional-disputado.htm>>.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2. Ed., 2014.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>>.

RIBEIRO, Jaqueline Alves. **Notícias falsas ou questionáveis compartilhadas em mídias sociais na era da pós-verdade**: uma análise do uso da informação científica em postagens sobre vacinas no Facebook. 2018. 197 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia)—Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/20895>>.

RODRIGUES, Charles; BLATTMANN, Ursula. Gestão da informação e a importância do uso de fontes de informação para geração de conhecimento. **Perspect. ciênc. inf.**, Belo Horizonte, v. 19, n. 3, p. 4-29, set. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362014000300002&lng=en&nrm=iso>.

SANTOS, Raquel do Rosário; DUARTE, Emeide Nóbrega; LIMA, Izabel França. O papel do bibliotecário como mediador da informação no processo de inclusão social e digital. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 10, n. Esp., p. 36-53, 2014. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000014790/695c633fbb1dacfe27018c6f69a64bb6/>>.

SARACEVIC, T. Ciência da informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.1, n.1, p.41-62, 1996. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/repositorio/2010/08/pdf_fd9fd572cc_0011621.pdf>.

SENADO NOTÍCIAS. **Divulgação de 'fake news' pode passar a ser punida com até três anos de prisão**. 2018. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2018/01/31/divulgacao-de-fake-news-pode-passar-a-ser-punida-com-ate-tres-anos-de-reclusao>>.

SILVA, C. A.; Fialho, J.; Saragoça, J. Análise de redes sociais e sociologia da ação: pressupostos teórico-metodológicos. **Revista Angolana de Sociologia**, v. 11, p. 91-106, 2013. Disponível em: <<http://ras.revues.org/361>>.

SILVA, Maurício Corrêa da et al. Procedimentos metodológicos para a elaboração de projetos de pesquisa relacionados a dissertações de mestrado em Ciências Contábeis. **Rev. contab. finanç.**, São Paulo, v. 15, n. 36, p. 97-104, dez. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-70772004000300006&lng=en&nrm=iso>.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. A pesquisa científica. In: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 31-42. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>.

SOLL, Jacob. **The Long and Brutal History of Fake News**: Bogus news has been around a lot longer than real news. And it's left a lot of destruction behind. 2016. Disponível em: <<https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535>>.

SOUSA, Amanda Moura de. O papel do bibliotecário como mediador da informação na era pós-verdade. **Revista brasileira de biblioteconomia e documentação**, v. 13, n. esp., p. 2390-2402, 2017. Disponível em: <<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/956/945>>.

SOUZA, Carlos Affonso; PADRÃO, Vinícius. **Quem Lê Tanta Notícia (Falsa)? Entendendo o Combate Contra as Fake News**. 2018?. Disponível em: <<https://itsrio.org/pt/publicacoes/quem-le-tanta-noticia-falsa/>>.

SOUZA, Carlos Affonso; TEFFÉ, Chiara Spapaccini de. Fake News e eleições: identificando e combatendo a desordem informacional. In: ABOUD, Georges; NERY JÚNIOR, Nelson; CAMPOS, Ricardo (coord.). **Fake news e regulação**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018. cap. 10, p.177-189.

SUGAHARA, Cibele Roberta; VERGUEIRO, Waldomiro. Aspectos conceituais e metodológicos de redes sociais e sua influência no estudo de fluxos de informação. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 8, n. 1, p. 102-117, mar. 2010. ISSN 1678-765X. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1959>>.

TOMAÉL, Maria Inês et al. Critérios de qualidade para avaliar fontes de informação na internet. In: TOMAÉL, Maria Inês; VALENTIM, Marta Lígia Pomim (Org.). **Avaliação de fontes de informação na Internet**. Londrina: Edue, 2004. p. 19-40. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/_repositorio/2010/11/pdf_dfc000a67c_0013475.pdf>.

_____. (Org.). **Fontes de informação na internet**. Londrina, Edue. 2008a.

_____. Redes de conhecimento. **DataGramaZero**: revista de ciência da informação, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, abr. 2008b. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000004919/fad51cb0f94957377d39bdd4b602279c>>.

_____; ALCARÁ, Adriana Rosecler; SILVA, Terezinha Elizabeth da. Fontes de informação digital: critérios de qualidade. In: TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler (Orgs.). **Fontes de informação digital**. Londrina: Edue, 2016. p. 13-44.

URPIA, Luciano. **Morte na História**. 2010. Disponível em: <<http://mortenahistoria.blogspot.com/2016/01/morte-de-marco-antonio-de-roma.html>>.

USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. The Epistemology of Fact Checking. **A Journal of Politics and Society**, v. 25, 2013.

VELASCO, Clara; CAESAR, Gabriela; REIS, Thiago. **Cresce o nº de mulheres vítimas de homicídio no Brasil**: dados de feminicídio são subnotificados. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/cresce-n-de-mulheres-vitimas-de-homicidio-no-brasil-dados-de-feminicidio-sao-subnotificados.ghtml>>.

VIDIGAL, Frederico; MARQUES, Lidiany Kelly da Silva. Redes Sociais como Fontes de Informação em Inteligência Competitiva: uma abordagem a partir de métodos qualitativos. **Atas: Investigação qualitativa em ciências sociais**, v.3, p. 407-416, 2016. Disponível em: <<https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2016/article/view/983>>.

WANDLE, Claire. **Fake news: it's complicated.** 2017. Disponível em: <<https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>>.

WORLD Economic Forum. **Global Risks 2013.** 2013. Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalRisks_Report_2013.pdf>.

ZEPHORIA Digital Marketing. **The Top 20 Valuable Facebook Statistics.** 2019. Disponível em: <<https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>>.

ZUIN, Antônio A. S.; ZUIN, Vânia Gomes. Lembrar para elaborar: reflexões sobre a alfabetização crítica da mídia digital. **Pro-Posições**, Campinas , v. 28, n. 1, p. 213-234, abr. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73072017000100213&lng=en&nrm=iso>.

ANEXO A- Link das reportagens e comentários dos leitores

Postagem 1:

Link da notícia: <https://www.metropoles.com/violencia-contra-a-mulher/adolescente-e-morta-a-facadas-no-df-suspeito-e-o-ex-namorado?fbclid=IwAR0VezFEMajLabbYHU7BLjOErrMHYuJfthzAk-WR3iIv4GyqnxwoDTrDFgY>

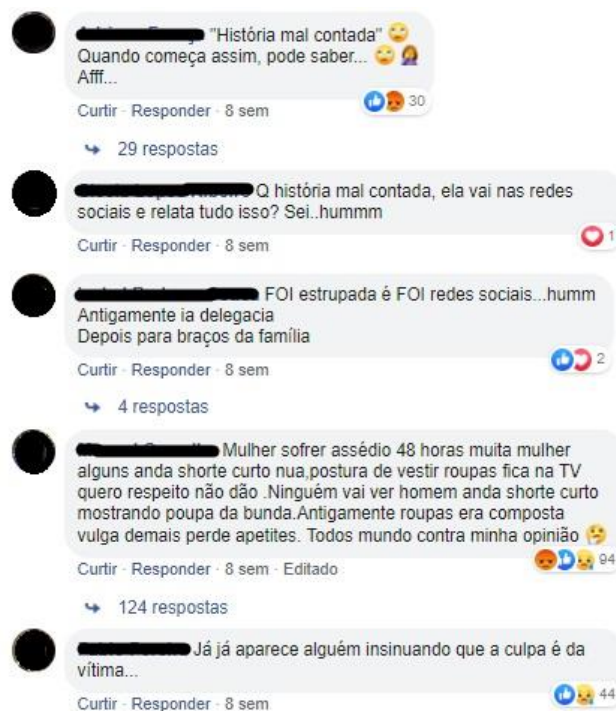
Figura 33: Comentários da postagem 1



Postagem 2:

Link da notícia: <https://www.metropoles.com/violencia-contra-a-mulher/fui-estuprada-durante-4-horas-relata-estudante-em-redes-sociais?fbclid=IwAR0FyEFd8azwVBBR5lo5Y7yxK-Mptfth2P77e4ly32cDO19Qb-djOkQpOjA>

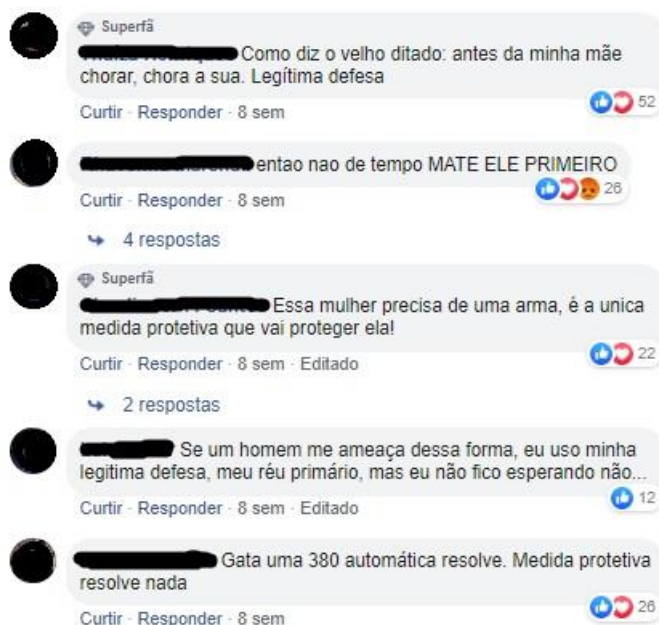
Figura 34: Comentários da postagem 2



Postagem 3:

Link da notícia: <https://olive.com.br/voce-ja-esta-morta-diz-ex-marido-a-mulher-na-delegacia/?fbclid=IwAR0aOhHMNpnXMrsZ5G2Q3wI83U3tqPInXdx-XQGMxtJ20OH5UixyT7VgLos>

Figura 35: Comentários da postagem 3



Postagem 4:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/violencia-contra-a-mulher/trans-e-morta-a-pauladas-na-zona-sul-de-sao-paulo?fbclid=IwAR31xQ_m_gUyBrg_y6FyVzOsUvWAPwZq5xfS07ENhGY_aQ7Y-z7csk_3h3Q

Figura 36: Comentários da postagem 4

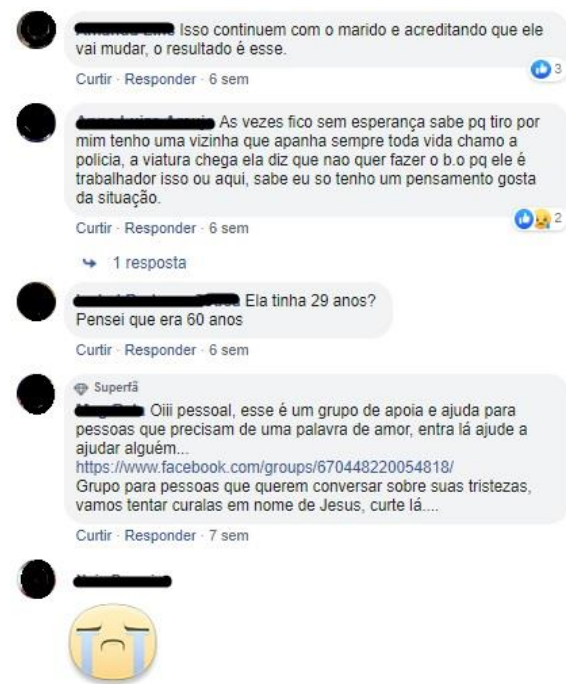


Postagem 5:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/violencia-contra-a-mulher/batia-nela-sempre-dizem-vizinhos-sobre-assassino-de-maria-de-jesus?fbclid=IwAR0gdEcxhuIG5Z4pICW4TGLlOjYpnkr2LCEeWOU_Ybu8dza9EPI4emJmgDw

Figura 37: Comentários da postagem 5

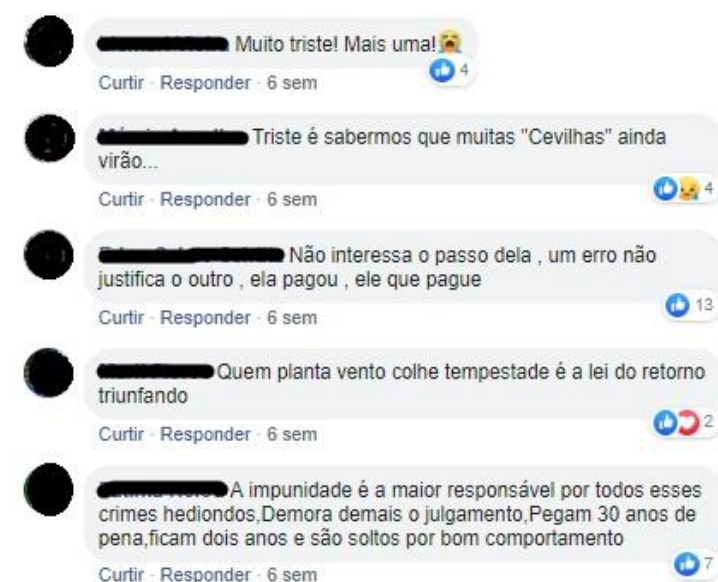


Postagem 6:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/materias-especiais/cevilha-moreira-o-feminicidio-de-uma-mulher-condenada?fbclid=IwAR2UiuRf_b6NdgXjTcakwlt6mQukpJ8Xok2TK-npJYNaz7kCJfr8dBsK7z4

Figura 38: Comentários da postagem 6

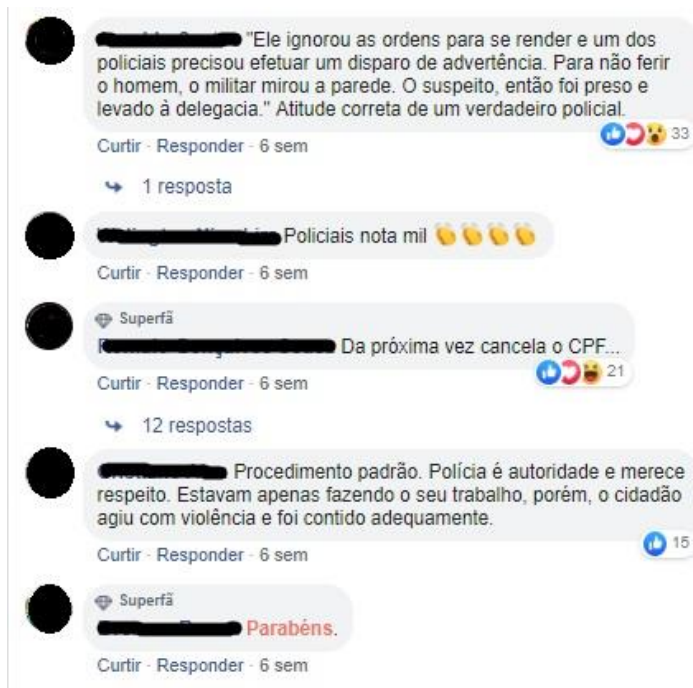


Postagem 7:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/violencia-contra-a-mulher/video-homem-mantem-mulher-em-carcere-e-agride-pm-que-revida-com-tiro?fbclid=IwAR1LLOzlTEIvNaImfG_7QC0P0lcuUKHXJ5KM_X2UaKn-iyIt-Lx5L-a8Pgg

Figura 39: Comentários da postagem 7

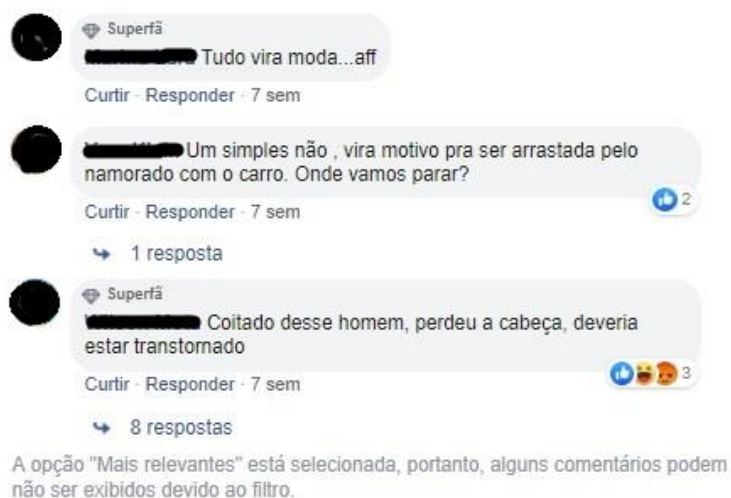


Postagem 8:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/brasil/video-homem-atropela-e-arrasta-a-namorada-em-sao-paulo?fbclid=IwAR1lcTrdztNXDwFMXNq2k0Inp5Qbrqtnx6Q4DDFCuKgYz4_EkJ-GxSmI_kQ

Figura 40: Comentários da postagem 8

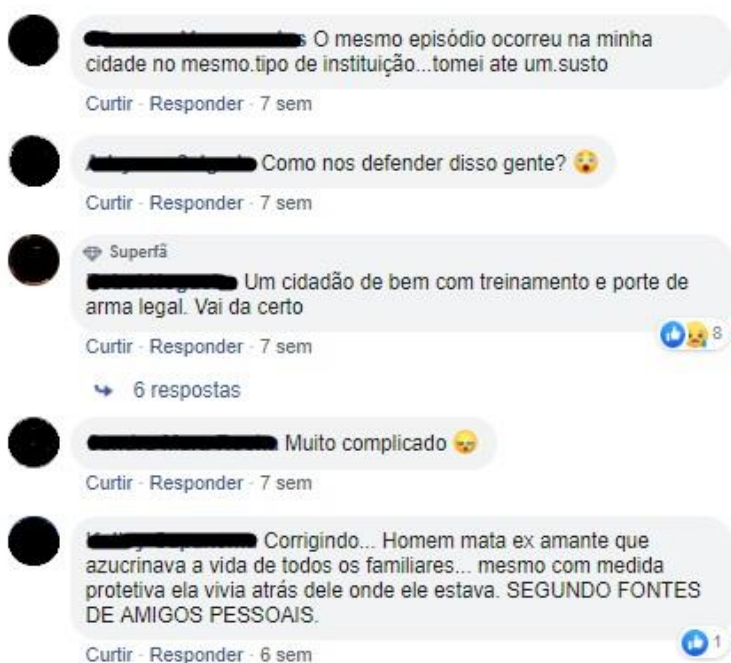


Postagem 9:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/violencia-contra-a-mulher/homem-atira-na-mulher-dentro-da-secretaria-de-educacao-do-df?fbclid=IwAR1PVKQPJIQ1_ljL2G9IFdN2FTH4Xtg-SR41QoLeH7NiJdnNKL8vHqsB10

Figura 41: Comentários da postagem 9

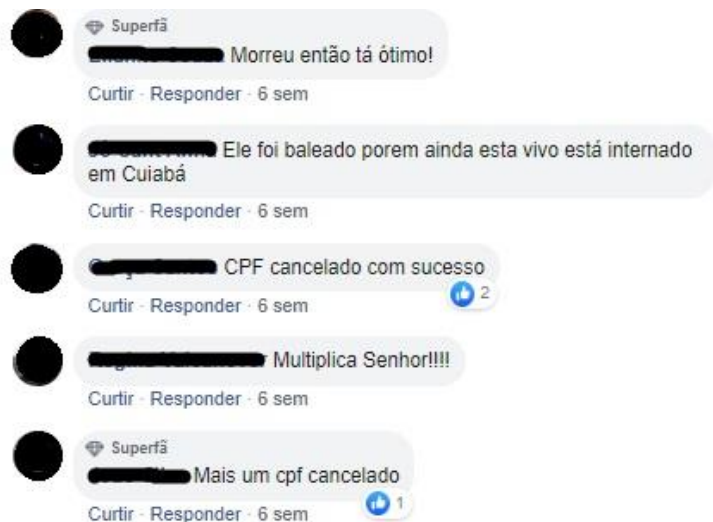


Postagem 10:

Link da notícia:

<https://olivre.com.br/jovem-mata-a-ex-vai-a-cemiterio-para-se-entregar-mas-e-morto-em-confronto-com-a-pm/?fbclid=IwAR1m1IoZpR3t7VFkGaQN6YsfNu31B2kytps29fdgy3RHz4OlZvHR19tRibo>

Figura 42: Comentários da postagem 10



Postagem 11:

Link da notícia:

<https://www.metropoles.com/distrito-federal/policial-que-matou-professora-era-investigado-pela-propria-delegacia?fbclid=IwAR1uv6qPCt24Z88bhhIPzLI0yiMGwIbV80PIAnKV5AI3UvRA3Lph9u1H31g>

Figura 43: Comentários da postagem 11



Postagem 12:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/violencia-contra-a-mulher/mulher-fica-com-rosto-desfigurado-apos-apanhar-e-ficar-36h-amarrada?fbclid=IwAR3-BLvKZ1yTVXFMcW3J5bpjYB3xRjpoGwSgxOF5GJZH_b1W8uELYoYoUKc

Figura 44: Comentários da postagem 12

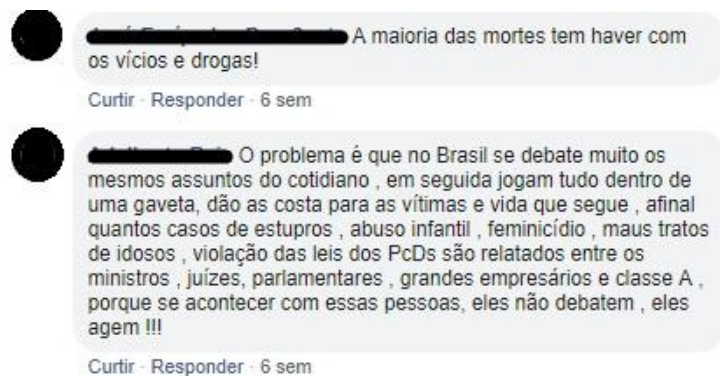


Postagem 13:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/brasil/paracatu-crimes-reacendem-debate-sobre-violencia-contra-a-mulher?fbclid=IwAR1dpdK3EyI675UxV4QnqRZylDsQRe9YCGNhqfpufUNR_I8O_f0eSPI9TC0

Figura 45: Comentários da postagem 13



Postagem 14:

Link da notícia:

<https://www.metropoles.com/violencia-contra-a-mulher/veja-8-duvidas-comuns-e-as-respostas-sobre-violencia-contra-a-mulher?fbclid=IwAR0iHMxvdzCp9LrqglPgMvK9zOXhC-7UbMWX7HTxjNPyaZnHNVmbfk11yM8>

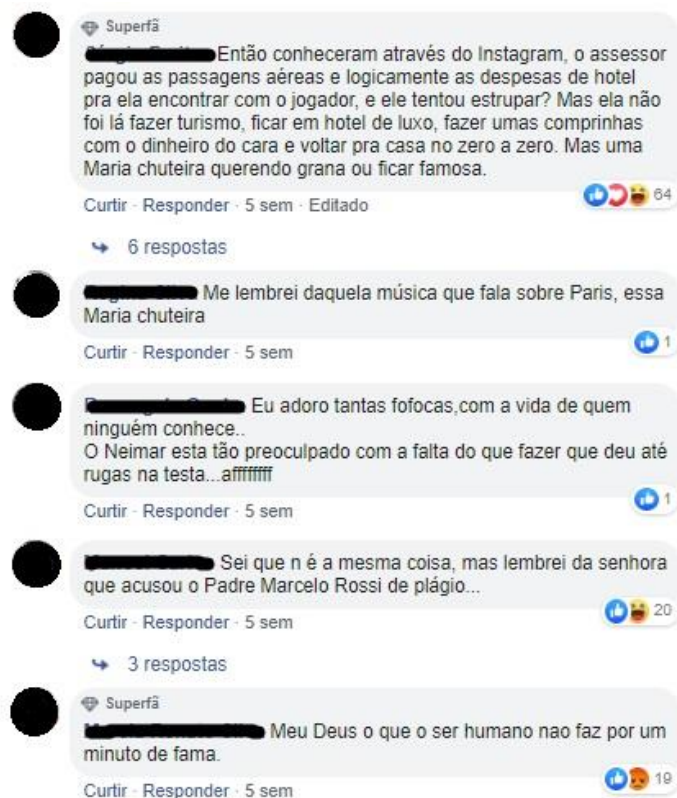
*A postagem não tem comentários sobre o assunto, apenas um comentário de divulgação de uma página.

Postagem 15:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/brasil/neymar-e-investigado-por-estupro-em-hotel-de-luxo-de-paris?fbclid=IwAR3SvscFOjVJje2Ju8l7WjZxKbvfdwc_eMjC0GjXnv1TZPVVCm14CWchTc

Figura 46: Comentários da postagem 15

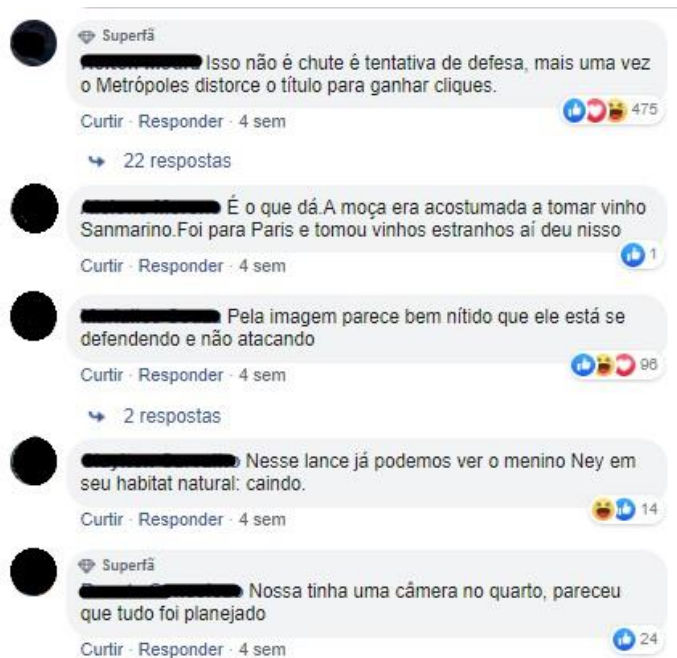


Postagem 16:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/brasil/suposta-imagem-de-neymar-chutando-cabeca-de-mulher-e-divulgada?fbclid=IwAR08Lg2JDimQTYKyNy_tPXLTDcsuwglkXEM5iv5N33icJW2oK35mUmD7Htk

Figura 47: Comentários da postagem 16

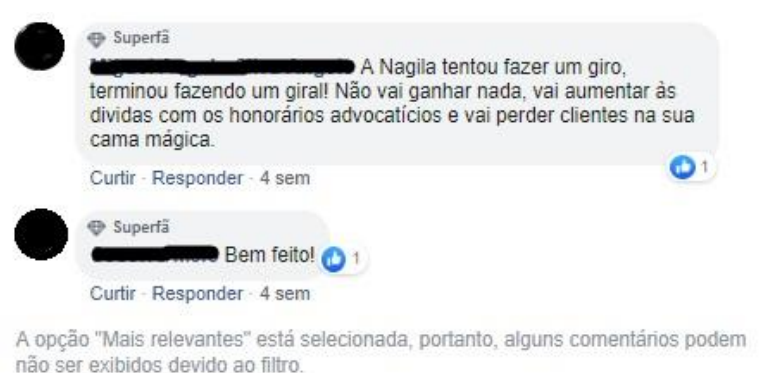


Postagem 17:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/distrito-federal/df-vizinho-e-presos-apos-passar-a-mao-em-partes-intimas-de-adolescente?fbclid=IwAR0NudaFPETw3UDcBdn1zoUXF0_jzvkaO8JMXeH8OIhfTee2-nJka8gUHNy

Figura 48: Comentários da postagem 17



Postagem 18:

Link da notícia:

<https://www.metropoles.com/brasil/justica/gerente-e-condenado-a-31-anos-pelo-assassinato-de-amante-gravida-em->

[sp?fbclid=IwAR1I6N3pYZ_jEjUBHESqtfM9gvkTqpRC9YwGCVWlipRJ7umVtAxUu1YMtG8](https://www.facebook.com/...sp?fbclid=IwAR1I6N3pYZ_jEjUBHESqtfM9gvkTqpRC9YwGCVWlipRJ7umVtAxUu1YMtG8)

Figura 49: Comentários da postagem 18



Postagem 19:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/materias-especiais/isabella-borges-em-3-dias-seu-ex-marido-passou-de-amigo-a-assassino?fbclid=IwAR25ZGRkC_EyNviU-U3oKf8IOMyOv5adUWoiqtUE87xwOFaKhc9gtRcRUh0

Figura 50: Comentários da postagem 19



Postagem 20:

Link da notícia:

<https://www.metropoles.com/violencia-contra-a-mulher/brb-vai-criar-sistema-de-alerta-para-mulheres-vitimas-de-violencia?fbclid=IwAR2stg9Fha3xCdh8hLf-eUwR3s7M4q6Q45Ji-npnfWPD6zlOFjmId4oFSs0>

Figura 51: Comentários da postagem 20



A opção "Mais relevantes" está selecionada, portanto, alguns comentários podem não ser exibidos devido ao filtro.

Postagem 21:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/brasil/ex-policial-mata-esposa-e-filho-a-tiros-e-se-suicida-em-sp?fbclid=IwAR3beQSMQ39LD0Z_-xpLXMk0DZ2jJQteEZHHitafZZ8cUEcnHPcuKe9Htos

Figura 52: Comentários da postagem 21



Postagem 22:

Link da notícia:

<https://www.metropoles.com/brasil/adolescente-e-apreendido-sob-acusacao-de-matar-e-esquartejar-estudante?fbclid=IwAR2srQ7k6Pat3ZSQvYR9x64uRDkOBRZPRQdtmXHR7bG6Gmb6-XUUch6QXHs>

Figura 53: Comentários da postagem 22



Postagem 23:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/brasil/rj-jovem-gravida-e-estuprada-estrangulada-e-enterrada-viva-em-praia?fbclid=IwAR08s1Pa2WoQsTj41b9k6_4lf4AbC1OIpf_P1OqEUBGDO7n1bBIPT6ZyYA

Figura 54: Comentários da postagem 23



Postagem 24:

Link da notícia:

<https://www.metropoles.com/violencia-contra-a-mulher/marido-mata-mulher-e-vizinho-a-tiros-em-apartamento-no-df>

Figura 55: Comentários da postagem 24

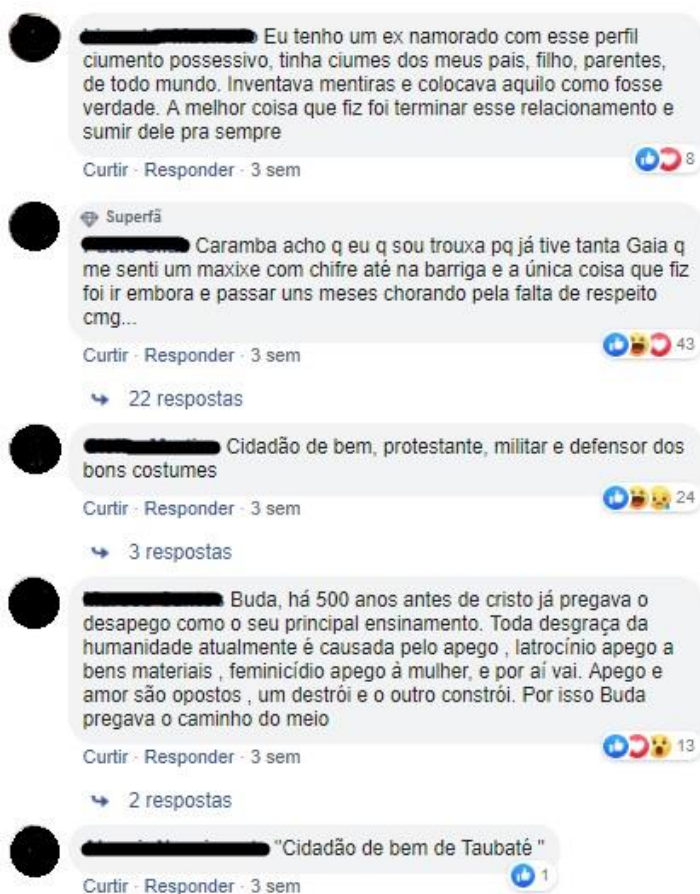


Postagem 25:

Link da notícia:

https://www.metropoles.com/distrito-federal/sargento-apos-matar-e-o-que-ocorre-quando-se-mexe-com-mulher-casada?fbclid=IwAR2BsgPEAHt0cFMiulYkrNbVhgvoyesuBsCat_LBCozsoJ6S0AFqSw2NDQk





Figura 56: Comentários da postagem 25









ANEXO B- Critérios e o selo da postagem

Os critérios marcados estão presentes nas postagens



Quadro 4: Critérios e o selo da postagem

CRITÉRIOS	A	B	C	D	E	F	G	NOTA/SELO
POSTAGENS								
1		x	x					
2	x	x	x	x	x	x		
3	x	x		x	x	x		
4	x	x	x	x	x	x	x	

5	x	x	x	x	x	x		
6		x	x	x		x		
7		x	x	x			x	
8	x	x	x	x	x	x		
9	x	x	x	x	x	x		
10		x						

11	x	x	x	x	x	x		
12	x	x	x	x	x	x		
13	x	x	x	x	x	x	x	
14	x	x	x	x	x	x		
15	x	x	x	x	x	x		
16		x	x					

17	x	x	x	x	x	x		
18	x	x	x	x	x	x		
19		x	x	x		x	x	
20	x	x	x	x	x	x		
21	x	x	x	x	x	x	x	
22	x	x	x	x	x	x		

23	x	x	x	x	x	x	x	
24			x			x	x	
25	x	x	x	x	x	x		